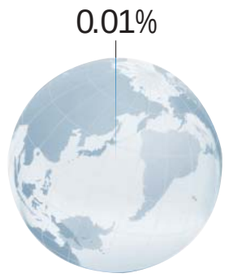
TOTO

CSR REPORT 2005

人の暮らしにとって欠かせないものに「水」があります。人種や地域、歴史や文化の違いはあってもこの水と人の関わりは、深く切実なものです。しかし「水の惑星」といわれる地球では、淡水のほとんどが、南極と北極の氷という形で存在し、人が使える川や湖の水は全体の0.01%にすぎません。TOTOは節水技術を通じて大切な水質資源の有効利用を追求し、快適で豊かな暮らしの実現に努めます。



PRINTED WITH SOY INK

R100

●この報告書はエコマーク認定の100%再生紙を使用し、大豆油インキで印刷しています。

NO.1189

お問い合わせ
〒802-8601 福岡県北九州市小倉北区中島2丁目1-1
CSR企画部 TEL(093)951-2036
ホームページ http://www.toto.co.jp/

発行:2005年6月

やります
「生活環境企業」。

TOTOは、さまざまなステークホルダー（利害関係者）の皆さまとの

コミュニケーションを進めるために、

本年より、この「CSR REPORT」を、総合的な年次報告書として発行いたします。

ホームページに、より詳しい内容をご紹介していますので、ぜひご覧ください。

また、お一人でも多くの皆さまにTOTOを知っていただきたいとの思いから、

ダイジェスト版「いま、TOTOがお伝えしたいこと」を新たに作成しています。

ショールームなどでお手にとっていただければ幸いです。

〈コミュニケーションツールのご紹介〉[　]内は発行時期

CSR REPORT 2005
（日本語 [6月]）
TOTOの企業活動を総合的にお伝えする年次報告書。

いまTOTOがお伝えしたいこと
（日本語 [6月] 英語 [8月] 中国語 [8月]）
CSR REPORT 2005のダイジェスト版。

ANNUAL REPORT 2005
（英語 [9月]）
主に海外の投資家・お客様を対象にした年次報告書。

TOTOホームページ
TOTOの企業活動の詳細なデータを掲載しています。

※ご希望の方はホームページからご請求ください。（http://www.toto.co.jp/company/kankyo/）

Contents

社長メッセージ 04

トピックス 08
トピック1　TOTOのものづくり
トピック2　海外へひろがるTOTO
トピック3　お客様の満足を追求して
トピック4　イキイキと働くために
トピック5　小倉第二工場の取り組み

お客様の満足のために 18
企業ミッション
お客様とのきずな
ユニバーサルデザイン
エコ商品づくり

従業員と力をあわせて 30
人材の活性化
サンアクアトートーでの取り組み
安全衛生・人権の取り組み

社会との共生 34
社会貢献
さまざまなコミュニケーション

株主との信頼関係を築く 38

お取引先とともに 40

CSR経営の推進 42
CSR推進体制
マネジメント体制と活動計画
コンプライアンス
TOTOグループ事業概要
中期経営計画
財務データ

環境への取り組み 48
環境マネジメントシステム
2004年度の活動目標と実績
環境負荷の全体概要と環境保全活動ハイライト
地球環境保全活動データ集
地球環境保全活動トピックス

発行によせて 55

報告範囲
TOTOおよびグループ会社（P45に記載）
対象期間
2004年度（2004年4月1日～2005年3月31日）
※一部対象期間外の情報も掲載しています。
参考にしたガイドライン
・環境省「環境報告書ガイドライン2003年度版」
・GRI（Global Reporting Initiative）「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2002」

私たちTOTOグループは社会の発展に貢献し世界の人々から信頼される企業を目指します

創業時より受け継がれる意志

TOTOの創業は、1917（大正6）年、日本にまだ下水道が整備されていない時代に、「国民の生活文化を向上させたい」、「健康で文化的な生活を提供したい」という一念から水洗便器の製造に着手したことが始まりです。

こうした先人の意志と努力があって、今のTOTOという会社がここに存在しています。これからも、TOTOが永続的に存在し続けるためには、人々の暮らしの向上に貢献するという、創業時の先人の意志をTOTOグループのDNAとして受け継いでいかなければならないと考えています。

これからも必要とされる企業であるために

かつて「ご不浄」や「はばかり」と呼ばれてきたトイレは、清潔で快適な空間へと、その価値観を大きく変えています。今では、トイレや浴室といった水まわり空間を、リビングや寝室と同じような生活空間として、考え、語ることができるようになりました。そのことにTOTOは、少なからず寄与することができたと思っています。

そして近年の高齢社会や環境問題といった、社会が直面している課題に対して、長年取り組んできたユニバーサルデザインやエコ商品などの研究・開発を強化、継続していくことで、TOTOはこれからも社会から必要とされる企業であり続けたいと考えています。

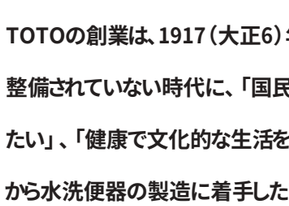
CSR経営の強化

CSR（企業の社会的責任）経営とは、企業の活動において、「どのようにして社会に対して責任を果たしていくのか」、「どのようにして社会から必要とされる存在であり続けるのか」を考え実行することだと思います。

創業時の意志を、TOTOグループで働くすべての人が理解し、日々実践していくことが最も重要なことであり、CSR経営そのものであると考えます。そのために、創業時の理念をかえりみて、現在の社会情勢や今後の方向性をふまえた上で、今の時代にふさわしいものに整理することとし、「TOTOグループ経営に関する理念体系」を制定しました。

「TOTOグループ経営に関する理念体系」は、2つの部分から構成されています。

- ●将来にわたって引き継いでいくべき“ こころ ”のよりどころとなる「グループ共有理念」
- ●時代に合わせて変わっていく事業の方向性などの“ からだ ”の動かし方にあたる「事業活動ビジョン」

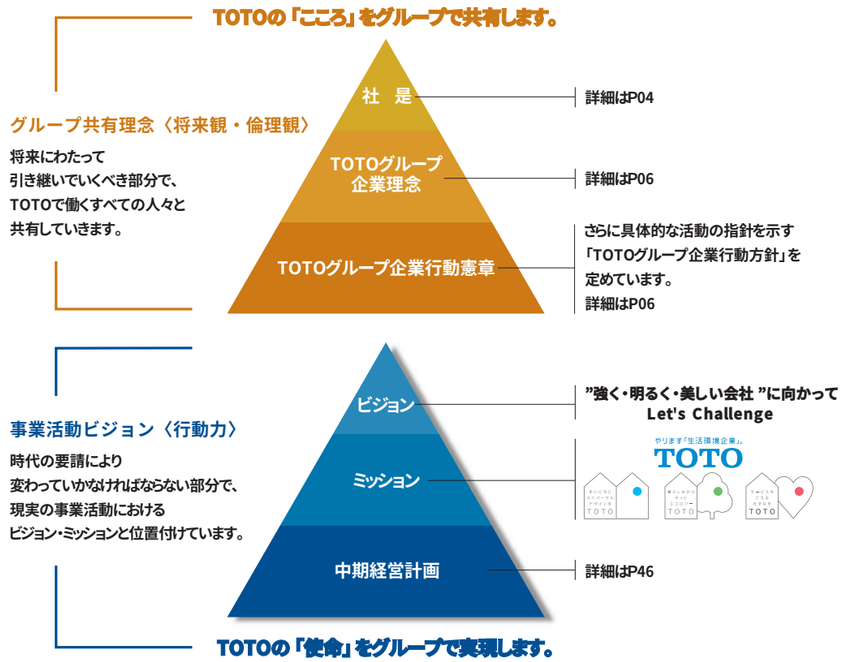


いつの時代にあっても変わることのない「社 是」

1962（昭和37）年、創業以来の伝統を尊重しつつ、将来にわたって企業活動の基調になるものとして「社是」が制定されました。

「愛業至誠」は、「奉仕の精神でお客様の生活文化の向上に貢献し、一致協力して社会の発展に寄与する」という決意を表す言葉です。

「TOTOグループ経営に関する理念体系」



この2つを両立させていくことが大切だと思っています。
CSR経営を推進するにあたり、TOTOグループで働くすべての人への理念の浸透を図るとともに、マネジメント体制の強化、コンプライアンスの徹底、イキイキと働ける職場環境づくりにも取り組んでいます。
また、事業面においても、新たな生活スタイルを実現する新商品を生み出し、きめ細やかな提案やサービスを行うことで、お客様の期待以上の満足を追求する活動を推進しています。
2004年度はTOTOの取り組みを、多くのお客様に受け入れていただいた成果として、過去最高売上高を達成することができました。

「強く、明るく、美しい会社」をめざして

不祥事による企業ブランド価値の低下は、企業の存在を脅かします。不祥事につながる“ ほころび ”を予防し、早期に発見するためにも、企業理念に基づいた行動を徹底するとともに、お客様をはじめとする、ステークホルダー（利害関係者）の皆さまとの対話に基づくCSR経営を進めることが重要であると考えています。
私は、TOTOグループを「強く、明るく、美しい会社にしよう」と、全従業員に表明しています。
「強く」は、“ お客様とのきずなをきちんと見据えて、世界のどの会社にも負けない事業体質やブランドを持つ会社になる ”という意味です。
「明るく」は、“ 従業員が生きがいややりがいを感じ、お客様と十分なコミュニケーションを図ることのできる会社になる ”という思いをこめました。
「美しい」は、“ 高い倫理観を持って、社会から絶対的な支持を得られる透明性の高い会社になる ”ということです。
TOTOの使命は、人々の豊かで快適な生活文化の創造にあります。そのために、お客様の声に耳を傾け、私たちのコア技術の結晶ともいえる水まわり空間についての研究・開発を推進し、より質の高い商品とサービスの提供によって、お客様に確かな満足をお届けしたいと思っています。

TOTO社長　木瀬 照雄

TOTOグループ企業理念

私たちTOTOグループは、社会の発展に貢献し、
世界の人々から信頼される企業を目指します。

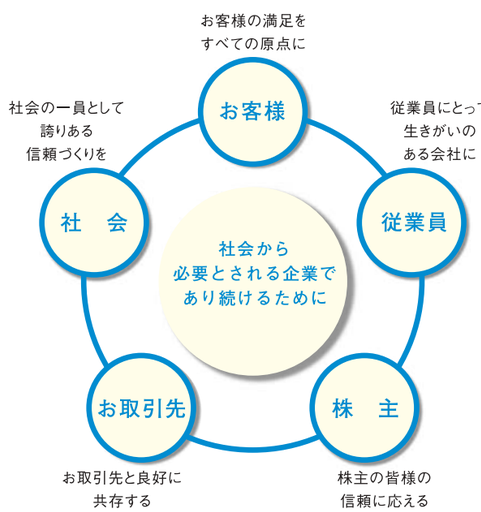
そのために

●水まわりを中心とした、豊かで快適な生活文化を創造します。
●さまざまな提案を通じ、お客様の期待以上の満足を追求します。
●たゆまぬ研究開発により、質の高い商品とサービスを提供します。
●限りある資源とエネルギーを大切にし、地球環境を守ります。
●一人ひとりの個性を尊重し、いきいきとした職場を実現します。

TOTOグループ企業行動憲章

TOTOグループは、公正な競争を通じて
利潤を追求するという経済的主体であると同時に、
広く社会にとって有用な存在でありたいと考えています。
この「TOTOグループ企業行動憲章」は、
ステークホルダーの皆様の満足を実現するために、
TOTOグループで働くすべての人々の活動の基本スタンスとするものです。

1、私たちは、お客様満足を追求し、誰にでも使いやすい商品、地球環境に配慮した商品やサービスを提供します。
2、私たちは、人権を尊重し、法令を遵守するとともに、透明で公正な行動で、良識ある企業活動を行います。
3、私たちは、社会とのコミュニケーションをはかり、積極的に企業情報を開示します。
4、私たちは、働くすべての人々の多様性、個性を尊重するとともに、安全で働きやすい環境を確保し、ゆとりと豊かさを実現します。
5、私たちは、地球資源を有効に活用します。
6、私たちは、企業市民として、地域や社会に貢献します。
7、私たちは、反社会的勢力とは断固として対決します。
8、私たちは、国際ルールや法律を遵守し、各国の文化・慣習を尊重することにより、その発展に貢献します。
9、経営トップは、自らの役割として企業倫理の徹底を図ります。
10、経営トップは、本憲章に反するような事態が発生したときには、自らが問題解決にあたります。



TOPIC 01

TOTOのものづくりの思想から生み出された商品が第15回省エネ大賞を受賞しました

平成16年
省エネ大賞
経済産業大臣賞
主催：(財)省エネルギーセンター

開発担当リーダー
東陶バスクリエイト
北角 俊実

TOPIC 01

お客様の要望から生まれた「冷めにくい浴槽」

お風呂に関する要望で一番多かった「冷めない浴槽」。水まわりを提案するTOTOとして、ぜひとも解決すべき大きな課題でした。そこで開発されたのが2004年8月に発売した「フローピア『魔法びん浴槽』シリーズ」です。この商品が平成16年度省エネ大賞「経済産業大臣賞」（※1）を受賞しました。大きな受賞理由として、システムバスに使用する浴槽に、業界初の二重断熱構造を取り入れ、“ 真冬でも6時間後の温度低下がわずか2℃（※2） ”という高い保温性を実現し、省エネルギー性に優れていることがあげられます。機能性が大幅にアップしても、価格を据え置き、普及への支障をなくした点も評価されました。他にも外断熱材には「発泡ポリプロピレン」というリサイクル性の高い素材を使用して、地球環境にも配慮しています。お湯が冷めにくければ、快適に入浴できる時間が長くなり、追い焚きの回数も減ります。また、残り湯で洗濯する場合でも、翌朝の洗濯時に最適な温度のお湯を使うことができるなど、まさに「エコロジーでエコノミー」な商品といえます。

※1…「省エネ大賞」は、優れた省エネルギー性のある民生用機器・システムを広く公募・表彰して、省エネルギー製品の開発と普及促進を図るもので「省エネ大賞審査委員会」の審査で選ばれます。「経済産業大臣賞」は最も優秀と認められたものに贈られる賞です。

※2…真冬の状態（外気温0℃）を想定、 建物の中にあるシステムバスの周囲温度5℃・ふろふたありの条件での試験場における実験値です。

TOPIC 01

“ お客様や社会のためになる ”を考え有益な知恵を絞る

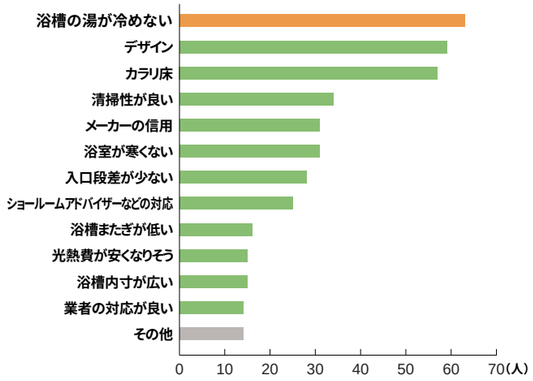
開発者である北角は、「冷めない浴槽」を考える時、車の性能基準の一つである『燃費が良い』という言葉を思い浮かべました。今までのお風呂にはなかった基準です。断熱材の強度の弱点を、以前の主流だったフレーム構造を取り入れるなど、現在の主流にとらわれない、柔軟な発想で克服しました。

「何が何でも新しい発想で商品を開発しようとは思っていません。最終的に“ お客様や社会のためになる ”ことを念頭に置き、知恵を絞ることが、新しい発想につながります。」北角のこの言葉に、TOTOの商品開発の基本姿勢が表れています。

TOPIC 01

「ご購入者アンケート結果」でも“ お湯の冷めにくさ ”が支持されました

ご購入者にアンケート（2004年12月実施、73名より回答）を行った結果、商品の決定理由として「浴槽のお湯がさめない」がトップとなり、「魔法びん浴槽」の商品特長が確実にお客様に支持されている結果となりました。また、「魔法びん浴槽による生活の変化」についても、「追い焚き回数が減った」「入浴時間が長くなった」「のんびりリラックスできる」など、約80%の方がお湯の冷めにくいことでの利点を実感されています。



TOPIC 01

フローピア「魔法びん浴槽」シリーズとは

従来品に比べ圧倒的な保温性能を有する「魔法びん浴槽」を標準装備したシステムバスです。

●省エネ性

お風呂のお湯の追い焚き時の燃料使用量が7割削減。入浴温度：42℃、入浴頻度：毎日、浴槽容量：240ℓで試算した場合、72%の削減（灯油換算44.5kg／年・台の削減）効果あり。

●素材や構造変更により、約15kg軽量化

軽量化による資材調達・製造・輸送段階での省エネを実現。CO_2換算で57.9kgの削減。

●ユニバーサルデザイン仕様

使いやすい「タッチ水栓」や、腰に負担をかけない「洗面器置台」、「段差のない出入口」など人に優しい機能を充実。

「フローピア『魔法びん浴槽』シリーズ」の他の受賞

2004年 日経優秀製品・サービス賞「優秀賞」
（主催：日本経済新聞社）
平成16年度 第1回エコプロダクツ大賞「推進協議会会長賞」
（主催：エコプロダクツ大賞推進協議会、後援：環境省ほか）

URL 魔法びん浴槽の詳細はホームページへ。
http://www.toto.co.jp/company/reports/

TOPIC 02

TOTOの確かな技術と新たな生活空間の提案で海外のお客様の満足に応えます

北京ショールーム「未来空間（TOTO SUPER SPACE）」

北京ショールームでは高級感を前面に、
商品の魅力を肌で実感できる展示を行っています。

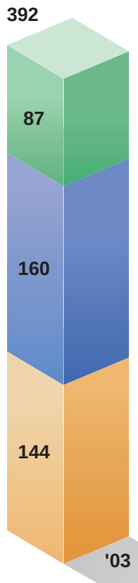
TOPIC 02

世界にひろがるTOTO

海外市場に参入しておよそ30年。現在、TOTOの商品は世界の10の国や地域で生産され、中国、アメリカをはじめ、アセアン、インド、中東まで、36の国と地域に届けられています。TOTOでは、歴史や文化、経済水準も異なる海外の市場において、品質や技術力、デザインに重点を置いたブランド戦略を進め、高級ブランドの確立に努めています。「お客様に優れた水まわり商品を提供する」という活動を地道に続けた結果、中国では高級品市場においてNo.1ブランドに、アメリカでは中高級品市場で高いシェアを獲得することができました。

“ 安心と信頼 ”をベースに
“ 憧れのブランド ”を築きます

海外での高級ブランド戦略を支えているのはTOTOの技術力とそのデザイン性。海外でもお客様に満足していただける商品を提供できるのは、日本で培われたトップレベルの技術力があるからこそ。高い洗浄能力を保ちながら、他社を圧倒する6ℓ節水便器を開発した技術力や、自動水栓・ウォシュレットなど水と電子を融合した機能商品の開発力などで、世界をリードする商品を創り出しています。また、ブランドイメージを浸透させるのに重要なのがコミュニケーション戦略です。ショールームをはじめ、展示会、広告などを通じて、クオリティの高さと高級感をアピールすることで、高級ブランドを築いていきます。



TOPIC 02

海外のTOTOを支える、スタッフたち

東陶機器（中国）有限公司
営業部
胡　晋

私が入社した1993年当時、高級な水まわりに関心を持つのは、ごく少数でした。しかし今日、TOTOは中国で最も競争力のあるブランドになっていると思います。時間をかけて築き上げてきた信頼性が、ブランドイメージの確立や売上拡大につながっています。TOTO商品は高品質。私はTOTOが水のテクノロジーを生活に応用するトップレベルの力を持つ会社だと信じています。

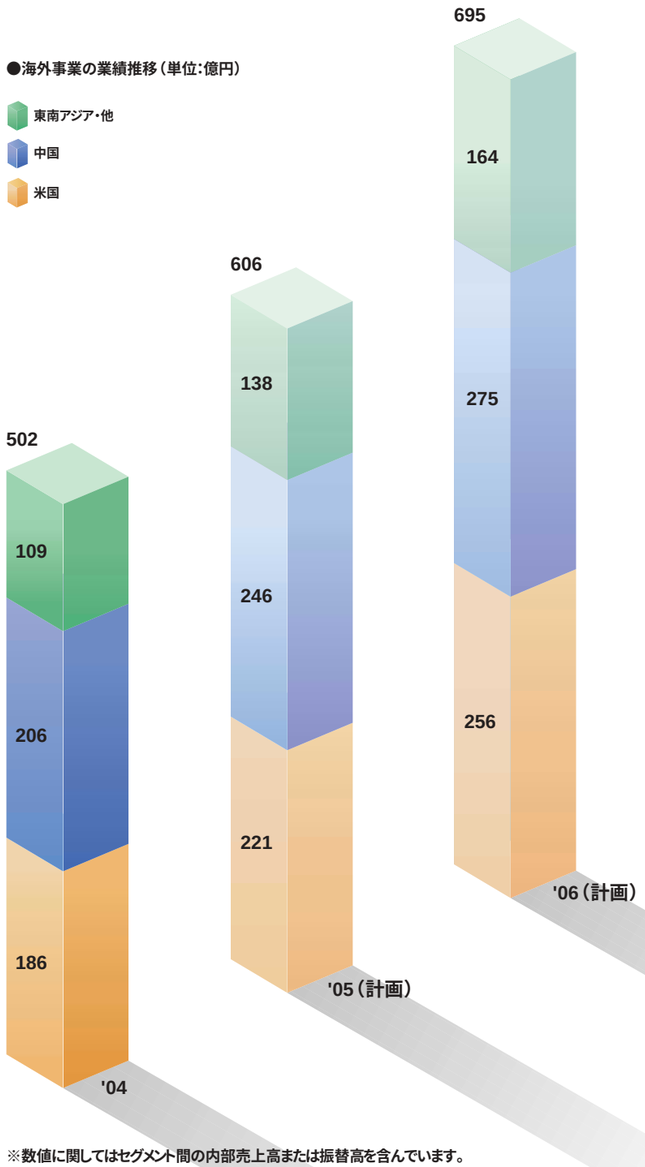
TOTO U.S.A.,INC.
広報
Lenora Campos

TOTOの商品がメディアで取り上げられることが多くなりました。TOTOの魅力は独自の技術力、デザインの可能性、将来性。すでに業界では、高性能・高機能のトイレで有名ですが、それを浴槽や水栓などバスルーム全体にまで広げようとしています。良い意味での露出度を高めて、アメリカ市場でのTOTOブランドの確立に貢献し、現状に満足せず、さらなる向上を目指します。

東陶機器（上海）有限公司
企画部
謝　匡吉

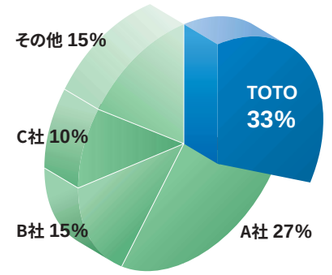
日本人管理者と現地スタッフの考え方などに違いがあり、お互い協調して仕事をする努力が必要です。しかし、その経験と努力が、自分自身の勉強にもなっています。先端技術と高品質がTOTOの最大の魅力。今も入社前と変わらずTOTOに良いイメージを持っています。中国人スタッフの優秀な力を十分に発揮して品質の高い商品を作っていきたいと思います。

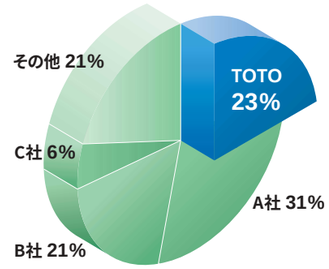
●海外事業の業績推移（単位:億円）



※数値に関してはセグメント間の内部売上高または振替高を含んでいます。

●中国のシェア '02高級ゾーンでのシェア（TOTO調べ）





●米国のシェア '02高級ワンピース便器のシェア（TOTO調べ）

TOPIC 02

海外の拠点の拡大とCSR経営の推進

TOTOの海外拠点は25カ所（2005年5月現在）。TOTOでは、これら海外グループ会社に対しても、CSR活動を展開。国際的な基準やTOTOグループ企業理念と照らし合わせ、それぞれの国の法律や習慣に合ったCSRを進めていきます。

TOPIC 03 お客様のことを考えた心からの対応がお客様の「不満」を「満足」に変えた

お客様がお困りになっている、冬場の浴室での入浴器具の『ひやっと感』を解消。

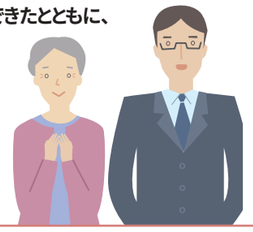
お客様からのご要望

シャワーチェアをお使いいただいているお客様のお孫さんより、「おばあちゃんが使っているシャワーチェアの背もたれが、特に冬場になると冷たさが気になるようなので、何とかしてあげたい。」とのお手紙をいただきました。

TOTOはこう対応しました。

このお手紙をいただいた時、シャワーチェアのクッション性を向上させるために、発泡ウレタン製の背もたれを開発中でした。この試作品の背もたれをお送りして使っていただいたところ、『ひやっと感』が解消されたと、お客様の喜びの声をいただきました。

お客様のご要望にお応えできたとともに、新しい商品がお客様のニーズにマッチしたものであることも確認できました。



故障でお困りのお客様への迅速な対応でお礼の言葉をいただきました。

お客様からのご依頼

ご自宅のウォシュレットのノズルが作動しなくなるという、お困りのご相談を電話にてお受けしました。お客様のお母様は障害があってお風呂に入れないため、できるだけ早い修理をご希望されていました。

TOTOはこう対応しました。

電話でご相談を承った東陶メンテナンスの受付担当者が、お客様のお困りになった様子を感じ取り、サービスセンターの担当者に迅速な対応を依頼をして、その日のうちに修理を終わらせました。修理の最後には“ ありがとう ”の言葉をいただき、後日ご丁寧なお礼のハガキをいただきました。電話の受付担当者は「これからもお客様の立場を第一に考えるよう努力していきたい。」と語っています。

洗面化粧台の水飛び防止パネルの仕様について、お客様の不満を解消。

お客様からの苦情

お客様から、洗面化粧台の水飛び防止パネルの仕様についての苦情が寄せられました。説明書どおりに取り付けているのに、不安定で、水飛び防止効果が不十分であるとの訴えでした。

TOTOはこう対応しました。

担当者がお客様を訪問し確認したところ、取扱説明書どおりに正しく取り付けられているにもかかわらず、水飛び防止パネルが不安定だったことから、「お客様のご不満は理解できるもの」と考え、担当部門に対応品の検討を求めました。お客様にも改良品で対応したところ、使い勝手が良くなり、非常に満足していただきました。

TOPIC 03

お客様満足度向上目標と実績

お客様本部では、日頃のサービス活動がお客様にどれだけ満足していただいているのかを知るために、様々な調査を行っています。

2004年度の調査結果

	目標	実績	向上度
商品でのお客様迷惑件数	10%減	14.1%減	+4.1p
お客様苦情件数	10%減	28.0%減	+18.0p
ショールームお客様感動率	54.0%	55.7%	+1.7p

●商品でのお客様迷惑件数
商品クレーム件数

●お客様苦情件数
お客様相談室に入るお客様からの電話のうち、修理依頼を除いた苦情の件数。

●ショールームお客様感動率
ショールームでの対応においてお客様から「非常に満足」の評価をいただいた件数の割合

お客様の声を共有できる「CSホームページ」

2004年の4月からTOTOのイントラネット上の「CSホームページ」で、お客様の要望やご意見を共有しています。普段、まったくお客様と接触がない従業員でも、お客様の気持ちを知ることができ、お客様満足を考えるきっかけになればと思います。

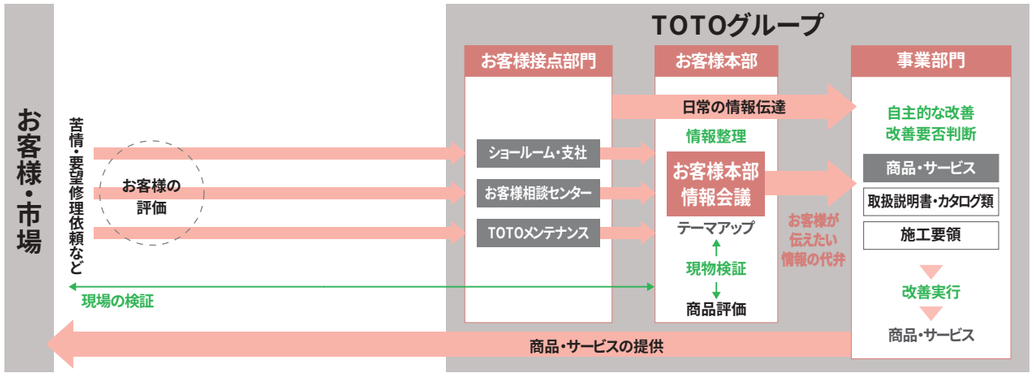
TOPIC 03

お客様の声を商品・サービスに活かす

お客様満足（CS…Customer Satisfaction）、それはTOTOのすべての原点です。「お客様に期待以上の満足をお約束する」という、これまでのCSの取り組みを継続しながら、更に組織的なCSを推進するために、2004年4月「お客様本部」を設置しました。お客様本部設置の大きな狙いの一つは、お客様の声をTOTOグループ各部門に伝えるルートを簡潔にしてスピードアップを図り、内容を整理して的確に情報を流し、情報を共有化することです。このことで、素早く適切な対応を行い、商品やサービスの向上に役立てることができます。

また、お客様からいただいた意見や要望は、貴重な情報です。この情報をTOTOグループのものづくりの源にするため、新たな仕組みづくりに取り組んでいます。お客様の「使いづらい」「分かりづらい」といった声にも対応し、解決していくことで、“ お客様の基準 ”に“ TOTOの基準 ”を近づけていきたいと思います。そのことが、真のお客様の満足につながっていくと考えます。

●お客様の声を活かす
TOTOグループの新フローチャート



URL お客様相談センター、TOTOショールームとTOTOメンテナンスの詳細はホームページへ。
http://www.toto.co.jp/company/reports/

TOPIC 04 働きやすく、やりがいのある職場は自分たちで創る。女性自身が考える女性従業員の活性化

TOPIC 04

TOTOでは中期経営計画の基本戦略のひとつ「チャレンジ21計画」で、創造力豊かな自律した従業員と熱気あふれる会社づくりを目指しています。その中で、多くのやる気のある従業員が、組織の垣根を越えてさまざまなテーマに取り組み、チャレンジする場として「オープンチャレンジプロジェクト」を立ち上げました。2004年度に推進された3つのプロジェクトの中のひとつ「女性きらめきプロジェクト」は、女性従業員の活性化がテーマ。従来から人事部門を中心に活動していた「女性きらめき委員会」がありましたが、さらに女性従業員自身の問題と捉えるため、委員会の主要メンバーを核に、新たにオープンチャレンジメンバーを募集しました。参加形態も週1回のペースで活動するコアメンバーから、イントラネット上で意見を交わすフォーラムメンバーまで、できるだけ多くの従業員が参加できるように工夫。女性の力でTOTOを変えるという意気込みでスタートしたプロジェクトで、活発に意見が交換されました。

プロジェクトメンバー
左より
田辺　純子
森川　光子
江藤　祐子
青木　香奈枝

女性が働きやすい職場は男性にも働きやすいはず

「女性らしさとは何?」「イキイキ働く姿とは?」から始まった討論。最終的には「男女を問わず、『自分らしさ』が尊重され、個々の能力を発揮して仕事をしている状態になれば、たくさんの従業員の笑顔がお客様に伝わる会社になる」という答申にまとまりました。この活動を日常業務として定着させ、女性従業員活性化に留まらず、従業員一人ひとりの活性化を目的に2005年4月「きらめき推進室」を設置して、継続的に活動を続けています。

TOPIC 04

女性きらめきプロジェクトに参加して…

プロジェクトリーダー
田口 みやま

想像以上に大きかった男女の経験の差

私自身、個人の能力の発揮ということに興味はあっても、女性だけに特化して考えることはありませんでした。プロジェクトに参加して、想像以上に男女の経験に差があり、それが女性にマイナスに作用しているのでは、と思うようになりました。最初はメンバーそれぞれに取り組みたい問題が異なっていたり、また参加形態も分かれていたため、リーダーとして、その格差を埋めるのが大変でした。

自分らしさを尊重する

このような取り組みは、やはり個人の問題意識の持ち方によると思います。そういう意味で、今回参加したメンバーはとてもやる気があり、回を重ねるたびに成長していくのが印象的でした。女性の活性化や、個人の能力向上の問題はこれからもずっと続くと思いますし、自分らしさを尊重することは、これからの時代、男女を問わず考えていかなければならない問題だと思います。

プロジェクトメンバー
濱　顕子

仕事&育児&家事の両立でのぞんだプロジェクト

プロジェクトの応募は産休明けで復帰したばかりでしたが、この機会を逃したら絶対後悔すると思い、手を挙げました。それは、私自身、仕事を続けたいため、長く働ける環境づくりに関心があり、また子どもがいるセールスが参加することにも意味があるのでは、と思ったからです。他にも家事や育児と両立しながら仕事をしている人がいることがわかり、励みになったと同時に自分の知識のなさも痛感しました。

会社全体へと広がる視野

あくまで支社の一員と思っていたのが、プロジェクトに参加して、会社全体を意識するようになりました。今後は、せっかくTOTOにいるのだからいろんな経験をしてみたいと思いましたし、資格試験にもチャレンジしてみたいと思いました。答申については、まだまだ継続の必要がありますので、今後も女性の働き方について自分なりに考えていきたいと思っています。

TOPIC 05 自律した従業員を育てることで活力ある工場を実現した小倉第二工場

TOPIC 05

従来の組織を見直すことから始まった改革

1967（昭和42）年、福岡県北九州市小倉南区に誕生した小倉第二工場。現在は水栓金具をはじめホーローバス・手すり・浴室換気暖房乾燥機などの製造を行っています。厳しい経済環境の中で、国内の製造業として生き残るため、第二工場では、生産性の向上のためのさまざまな革新に挑戦しました。1999年、第二工場の敷地に新しいタイプの工場を作ろう、と「工場再編プロジェクト」がスタートしました。当時は、生産工程ごとに部署が分かれており、不良品が出たときの責任の所在も曖昧で、生産品目や生産量の調整も簡単ではありませんでした。「工場再編プロジェクト」では最初に、組織を工程ごとではなく、生産品目ごとに分け、一人で複数の工程を担い、数人で部品のピッキングから組み立て、検品まで行える、いわゆる“セル生産方式”を取り入れました。さらに生産計画も、大枠の計画だけが各部署に指示されるだけで、それ以降は自分たちでスケジュールを立て進捗状況も自分たちでチェックする、自律した生産管理を実行しました。この取り組みを行ったことで、年々労務費生産性も向上しており、他の工場へと波及しています。

車座説明会
生産革新などの目的を事業部長自ら従業員に伝えます。

気づき提案会
各部署の管理者が集まり、お互いの製造部門のチェックを行うことで、より一層の生産性の向上を図ります。

自前設備
職場を知っている自分たちで作るからこそ、使いやすい道具や設備を作ることができます。

TOPIC 05

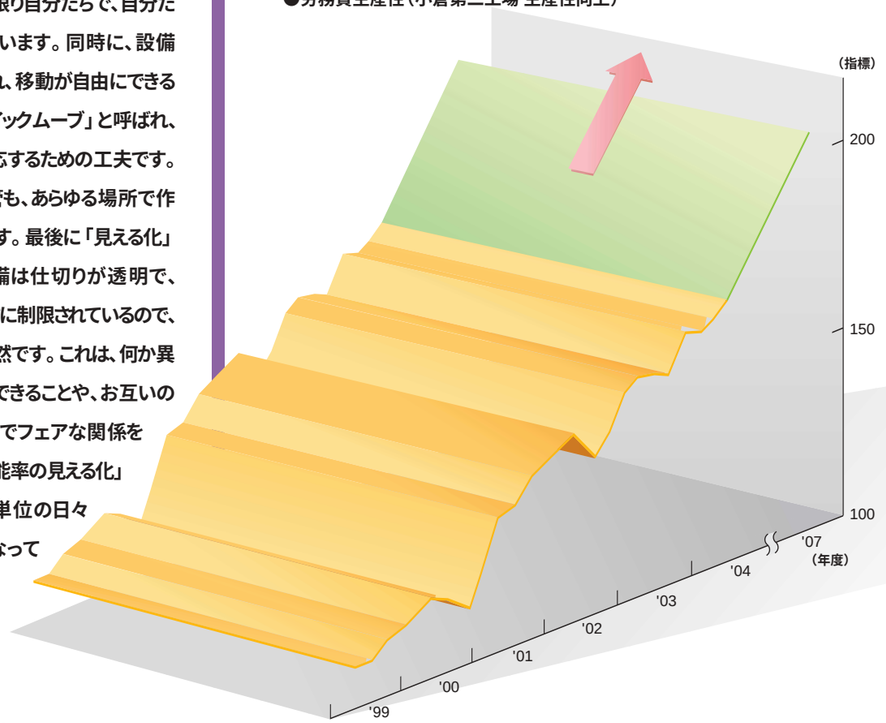
自分たちで作る工場

設備にもあらゆる革新がありました。ひとつは整理・整頓・清掃を徹底的に行う「3S」活動。設備の整備も従業員自らが行うことで、働く環境に愛着を持ち、気持ちよく仕事をすることができます。次に、工場のあらゆるものを自分たちで作ってしまう「Made in TOTO」。作業台をはじめ、仕事に必要な道具や休憩所にいたるまで、可能な限り自分たちで、自分たちが使いやすいものを作っています。同時に、設備や道具にキャスターがつけられ、移動が自由にできるようなっています。これは「クイックムーブ」と呼ばれ、生産体制の変更に素早く対応するための工夫です。電気や水道の供給用の配管も、あらゆる場所で作業ができるように対応しています。最後に「見える化」です。工場のほとんどの設備は仕切りが透明で、棚なども人の目線より低い高さに制限されているので、誰が何をしているのか一目瞭然です。これは、何か異常が発生した際、すぐに発見できることや、お互いの仕事内容を明らかにすることでフェアな関係を保つことに役立ちます。「生産能率の見える化」も進めており、ひと目で個人単位の日々の生産状況が分かるようになっています。

個人生産能率の見える化
生産能率グラフ

工場内の見える化
見通しが良い工場

●労務費生産性（小倉第二工場 生産性向上）



TOPIC 05

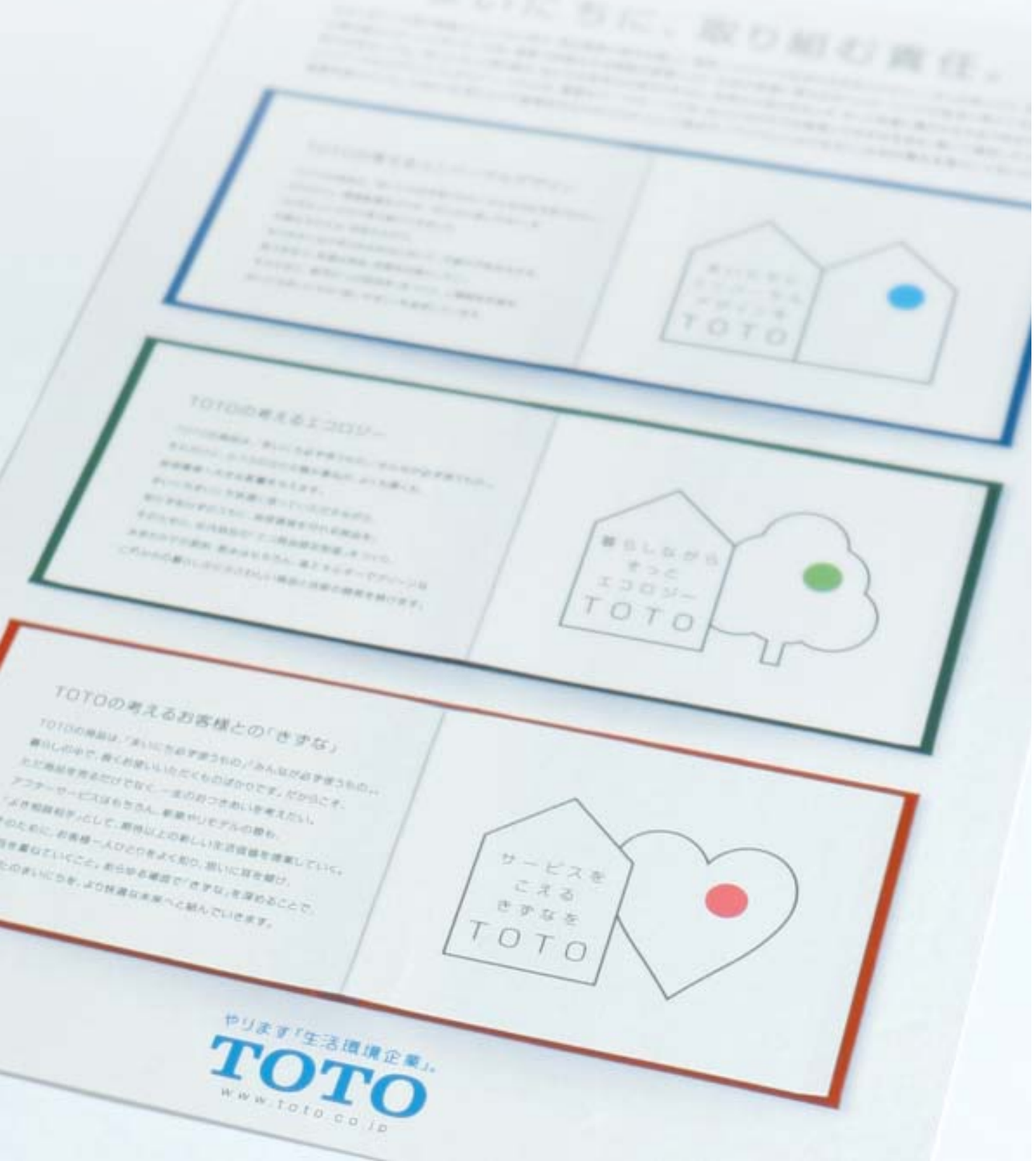
「工場はショールーム」であると考えました

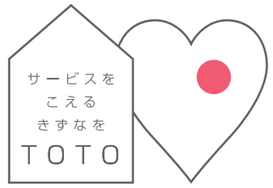
直接生産に関わらないサービス部門でも、自分たちの役割を討論した結果、「日本一のサービス工場にしよう」と考えました。「工場はショールーム」であると位置づけ、お客様満足の視点から、「感動して帰ってもらう工場見学」を目指しました。見学のお客様の出迎えにはじまり、飲み物サービスの方法、手作りの備品など、実に360項目に及ぶ工夫をしています。心を込めたおもてなしを続けた結果、見学者は年々増加傾向にあり、ご来場者の方々に好評をいただいています。

工場見学にお越しいただいたお客様に手作りグッズで心よりのおもてなし。

まいにちに、取り組む責任

**TOTOは健康で快適な生活環境の提案により、社会の発展に寄与することが使命と考えてきました。
その使命を果たすため、お客様とのきずなを深め、ユニバーサルデザイン、エコロジーという視点から商品をつくり、
真に満足いただける提案を続けています。常に「社会にとって価値あるものかどうか」という視点で、
「TOTOにしかできない」社会的責任を果たしていきます。**





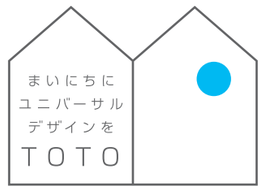
お客様の立場に立ち、
お客様の気持ちになって
お客様との永続的な
信頼関係づくりを目指すこと

ショールームや展示会を通じ お客様とのきずなを深めていきます

TOTOは、アフターサービスはもちろん、ショールームでの「ユニバーサルデザイン」、「エコロジー」、「スッキリひろびろ」などの展示をはじめ、TOTO－DAIKEN－YKK APのアライアンス（業務提携）で、さらに提案のバリエーションを広げ、利便性を高めるなど、お客様の「よき相談相手」として、お客様の期待以上の新しい生活シーンを提案していくことを目指します。

（P20に詳細を記載しています。）

展示会では、リモデルを体感できる「空間で見せる」演出がお客様に好評でした。



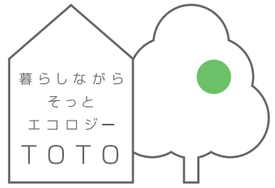
年齢や身体の状況に関わりなく、
誰もが安心して快適に使える
水まわり商品や空間づくりを目指すこと

ユニバーサルデザイン推進企業として 日経デザインのランキングで首位を獲得

雑誌・日経デザイン2004年7月号の「ユニバーサルデザインの取り組み度ランキング」でTOTOが昨年の総合2位から順位を上げて首位を獲得しました。ユニバーサルデザインを実践し、社会に浸透させる上で大きく貢献しているユニバーサルデザイン先進企業として高い評価を受けました。

（P24に詳細を記載しています。）

モニターの方々による動作の検証が、
商品に生かされています。



暮らしながら地球を守ることのできる、
環境に配慮した商品開発・
技術開発を目指すこと

「フローピア『魔法びん浴槽』シリーズ」が 省エネ大賞受賞

TOTOでは、暮らしながら地球を守ることのできる、環境に配慮した商品開発・技術開発を行っています。『魔法びん浴槽』は、冬場でも浴槽のお湯が6時間で2℃しか下がらない保温性を実現しました。浴槽の保温性を飛躍的に向上させたことで、燃料消費量やCO_2発生量を削減したことが高く評価され、「省エネ大賞・経済産業大臣賞」を受賞しました。

（P8に詳細を記載しています。）

平成16年度 省エネ大賞
『経済産業大臣賞』
（主催：(財)省エネルギーセンター）

URL 企業ミッションの詳細はホームページへ。
http://www.toto.co.jp/company/reports/

サービスを
こえる
きずなを
TOTO

お客様の立場に立って
信頼関係を築いていきます

TOTOの商品は、お客様のまいにちに深く関わりがあります。これは、お客様とTOTOの関係が一時的なものではないということです。つねにお客様の期待以上の満足を目指し、信頼していただける“ きずな ”を築いていきたいと思います。

TOTOグループお客様方針
TOTOグループは、お客様の期待を超える商品・サービスの継続的な提供を通じて、あらゆるお客様の更なる満足の確保、維持、向上に努めます。

お客様の「よき相談相手」になりたい

TOTOのリモデルとは「お客様の期待以上の新しい生活価値をお約束すること」と考えています。TOTOでは、お客様のさまざまな相談にお応えできるよう、「ショールーム」、「リモデルクラブ店」などのリモデルネットワークやアフターフォローの充実を進めています。さらにTOTO－DAIKEN－YKK APの3社（TDY）の提携により、より充実した生活空間の提案を目指します。

REMODEL
STYLE

ショールームで生活提案

ショールームでは商品をご覧いただくことはもちろん、お客様の日々の暮らしに役立つ「お手入れセミナー」などを開催。より快適な暮らしを実現するお手伝いをしています。

ショールームでは、日々のお手入れに
役立つ「まるごとおそうじ読本」など、
お客様への提案ツールも充実させています。

生活スタイルを空間で提案

“ リモデル ”という新しい発想で、お客様の期待以上の快適や便利、美しさ、安心をカタチにするお手伝いをしてきたリモデルクラブ店。今では、全国5,000店を突破し、日本最大級の増改築のネットワークとなりました。これからも、商品やサービスをますます充実していきます。

TOTOの商品を快適に使っていただきたいから

商品を使っていただいているお客様のために、故障した時や、不便を感じた時に気軽に相談していただけるように、様々なメンテナンスサポート体制を整えています。ご自分で修理されたいという方から、専門家に頼みたい方まで、お客様の必要に応じたサポートを行います。

お客様の「困った」にお応えするお客様相談センター

お客様の相談窓口として「お客様相談センター」を設置しています。お客様の相談・質問・要望に迅速に対応し、「困った」を「相談してよかった」に変えることはもちろん、お客様の声を貴重な情報源と捉え、商品やサービスに反映していく役割を担っています。（詳しくはP12）

TOTOメンテナンス

地域密着、お客様満足を目指し、全国にアフターサービス網を展開。365日年中無休の修理受付、訪問修理でTOTO商品を安心してお使いいただける体制を整えています。また、より満足いただけるアフターサービスを目指して、お客様の声を改善活動につなげていきます。

水彩ショップ

TOTO商品をご愛用いただいているお客様のために、地域に密着しTOTOの純正部品の販売から増改築工事の相談まで承る、水まわりのコンビニエンスショップです。小さなパッキンからリモデルまで、あらゆることに対応。現在全国360店舗、今後も店舗を充実していきます。

パーツセンター

お客様に容易に修理できる取替え部品を提供・販売しています。多くの方が利用しやすいよう、ホームページを利用した販売も行っています。古い商品の部品にも、できる限り対応し、お客様に対し修理の要点をアドバイスするなど、サービスの充実に努めています。

お客様の期待以上のサービスを追求します

お客様へのサービスを向上させるために、積極的な社内教育・啓蒙を進めています。ショールームではご来場いただいたお客様にアンケートはがきをお渡しして、アドバイザーの接客や提案内容についての評価をいただいています。お客様からのご意見やご感想は、貴重な情報として、全ショールームのみならず会社全体で共有し、お客様満足の追求に役立てています。また、接客やコンサルティング技術を磨くロールプレイング大会や研修会も開催しています。電話でお客様のご相談をお受けする「お客様相談センター」では、定期的な商品研修や電話応対のスキルアップ研修を行っています。

URL TOTOショールーム、リモデルクラブ店、お客様相談センター、
TOTOメンテナンス、水彩ショップとパーツセンターの詳細はホームページへ。
http://www.toto.co.jp/company/reports/

まいにち・まいにちの「使いやすい」を追求しています

TOTOの商品は、「まいにち必ず使うもの」「みんなが必ず使うもの」。
それだけに、「みんなに使いやすい」を40年近くにわたり追求してきました。
人生のあらゆる状況において、ラクで、安全で、快適な商品・空間づくりを提案します。

TOTOグループ ユニバーサルデザイン方針
TOTOグループは、「一人でも多くのお客様に使いやすい商品とサービス」を提供し、健常者だけでなく、高齢者や障害者・妊婦や子供・背の高い人低い人・力の強い人弱い人などが使いやすい機器の開発を通じて、一人でも多く（またはみんな）の人が暮らしやすい社会の実現に貢献します。

TOTOの考えるユニバーサルデザイン

ユニバーサルデザインは、むずかしく考えることではなく、自分自身のことを考えることからすべては始まる、とTOTOは考えます。それは、まわりの人を思う「気づかい」と「気づき」から始まります。使う人が不自由していることに目を凝らし、それを解決するための方法を考え、見つける。それがユニバーサル視点です。そのため常に「TOTOのユニバーサルデザイン5原則」（※1）を心にとめ、使う人の視点にたった商品を開発、提案し続けます。

※1 ユニバーサルデザイン（Universal Design…UD）の概念は、アメリカのノースカロライナ州立大学の故ロナルド・メイスが中心になって、1980年代に提唱していたものです。それを日本の社会や住環境に合わせ、ものづくりの指針として考案したものが「TOTOユニバーサルデザイン5原則」です。

シーン検証を全ての商品づくりへ

商品の開発段階において様々な年齢や身体状況の方による生活シーン検証を行っています。商品の「使いやすさ」を繰り返し検証し、ヒアリングだけではわからない、またご本人も気づかない行動や状況を観察することにより「気づき」や「さらに使いやすい」を追求。TOTOの規格であるTIS（TOTOインダストリアルスタンダード）では、商品企画・研究開発・設計段階からユニバーサルデザイン視点で行うことを記載しています。

シーン検証に欠かせないUDモニターネットワーク

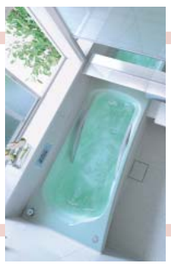
シーン検証に欠かせない存在が、モニターの方々。UDモニターネットワークは、社内外のご高齢の方、障害のある方、お子様など約280名から成り、ユニバーサルデザイン実現のために商品の検証に参加・協力していただいています。シーン検証は、「自分が協力することで、世の中の商品がもっと使いやすくなれば…」といった、モニターの方のご好意に支えられており、このような方々の協力を得て、生活者視点の商品開発に取り組んでいます。

トイレ（レストルーム）の生活シーン検証では

たとえば同じサイズの空間で行った「タンクのないウォシュレット一体形便器」と「従来のタンクのある便器」との比較検証では、「タンクのない便器」の方が13cm短いので、空間にゆとりができ、立ち座り時に頭が壁にぶつかりにくいことに「気づき」ました。ご本人も自覚していない使いにくさ、使いやすさに注目することが生活シーン検証です。

ネオレストSD

さまざまなシーン検証



ユニバーサルデザインコンセプトブックを発行

一人でも多くの人に対して、まいにち・まいにちの「使いやすい」を追求する、というTOTOのユニバーサルデザインの考え方をお客様にお伝えするために2004年9月に発行いたしました。平易な言葉で、イラストや写真・図を多用し「わかりやすいこと」を目指して作りました。また、より多くの方にお知らせしたいとの考えから英語版も作成し、国際会議や海外からのお客様にお渡ししています。

2005年秋、茅ヶ崎工場にUD研究所開設予定

北九州市に続き、関東にもUD研究所を新設します。当研究所では、モニターの皆さまにご協力いただき、実際の使用環境に即した水まわりの生活シーンの検証を行います。また、研修、人間研究、ライブラリー機能などを備えたユニバーサルデザイン情報発信の場として、活用いたします。

URL ユニバーサルデザインとUD研究所の詳細はホームページへ。
http://www.toto.co.jp/company/reports/

まいにちに
ユニバーサル
デザインを
TOTO

お客様の視点に立った ユニバーサルデザインを拡げていきます

「一人でも多くの人に使いやすく、快適で、安全である」商品を提供するため、ものづくり・人づくり・お客様との関係づくりの3つの視点から常に考え、ユニバーサルデザインを通じて、お客様により満足いただける生活提案をしていきます。

ユニバーサル デザインへの歩み

TOTOのユニバーサルデザインへの取り組みは、1960年代に障害をお持ちの方々が使いやすいトイレを開発したのが始まりです。その後、高齢者の方々にも目を向けて、1991年にシルバー研究所を設置。1996年にはレブリス推進部として組織変更しました。この時期までは、比較的、限られた使用者を想定した研究が中心でしたが、TOTOの商品が、毎日、誰もが使う商品であることから、より多くの人が使いやすい商品を開発するため2002年UD研究所をつくりました。

日経デザイン 2004年7月号

TOTOが高く評価されたポイント

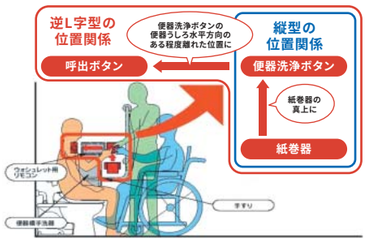
- 商品の開発過程だけでなく、活動内容や成果を分かりやすくお客様に伝えるなど、取り組みが全社にわたって同一レベルで行われている
- 消費者からユニバーサルデザインに積極的に取り組んでいる企業として認知されている
- ユニバーサルデザインを事業の柱の1つとする企業姿勢や、商品を通じた積極的なアピール姿勢

日経デザイン「ユニバーサルデザイン取り組み度ランキング」で首位を獲得

日経デザインが、生活関連のものづくりや環境づくりに携わる企業604社をピックアップし「ユニバーサルデザインにいかに取り組み、ものづくりのための競争力をどう高めているか」という実態を知るための調査で、2004年が2回目となります。①「自己診断シート」によるアンケート調査（65点）、②インターネットによる「消費者イメージ調査」（15点）、③編集部ヒアリングによる「編集部加点」（5点）の3分野の総合点で評価されます。自己評価には、ユニバーサルデザイン商品のアイテム数や売上比率など、具体的な質問事項も含まれています。TOTOは自己診断で65点、消費者イメージで12.1点、編集部加点5点、総合82.1点で首位の成績を獲得。ユニバーサルデザインを社会に浸透させる上で大きく貢献しているユニバーサルデザイン先進企業として評価されました。

公共トイレのルール作りをめざして

UD研究所と東洋大学は、「ぐっどトイレ共同研究会」を発足、誰もが使いやすい公共トイレを目指し共同で研究しています。2005年3月に研究結果を記者発表しました。現在、公共トイレの操作系設備は多種多様です。「便器洗浄ボタン」「紙巻器」「呼出ボタン」などの配置には決まりがなく、そのため、子供や視覚障害者は、ボタンを間違えてしまったり、車いすの方は手が届かなかったりと、ユニバーサルデザインに配慮したトイレとは言えません。研究結果として、基本の操作系主要3設備「便器洗浄ボタン」「紙巻器」「呼出ボタン」を、「縦型配置＋逆L字型の配置」（下図）にルール化することを提案。今後は、この配置のJIS化を目指し、業界団体・他メーカー・行政と連携した活動を進めます。



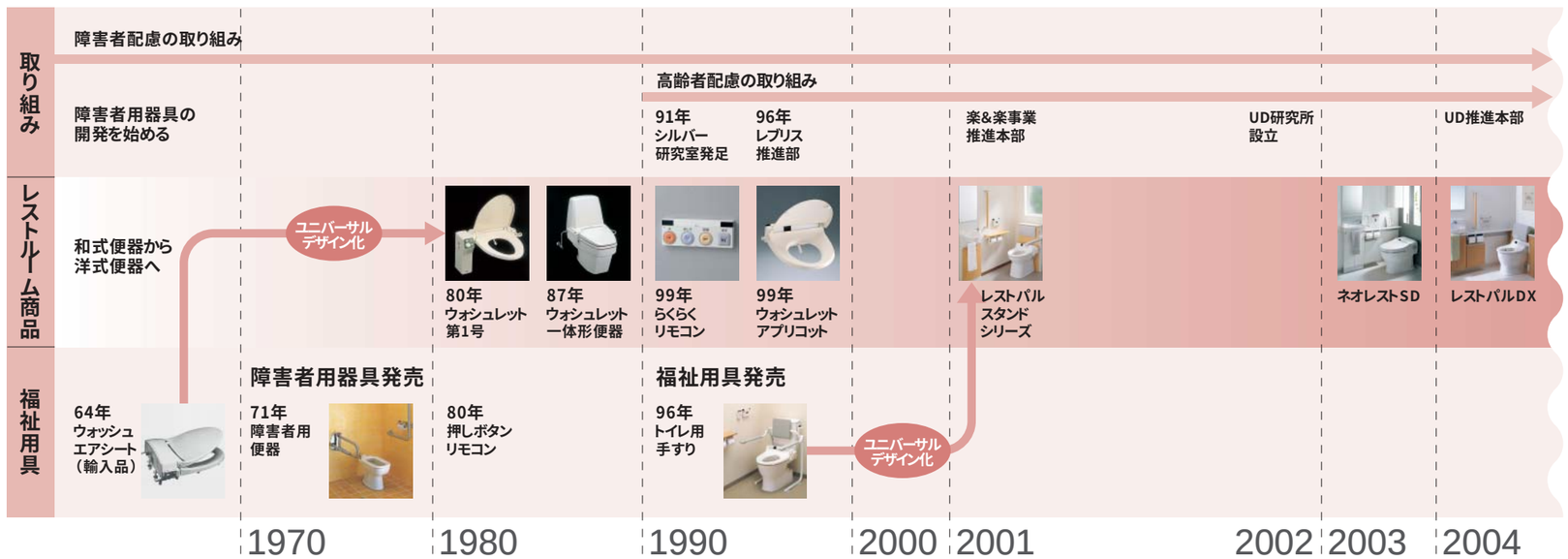
東洋大学 工学部 建築学科　高橋教授による記者発表

お客様に生活シーンのご提案をするために

ユニバーサルデザインを推進できる人づくりを目指し、「UD導入研修」でユニバーサルデザインを理解できる人づくり、「UD実践研修」でユニバーサルデザインを仕事に生かせる人づくりを目的に、階層別研修を実施しています。

ものづくりに関わる技術・開発部門の従業員には、ユニバーサルデザイン視点を持ち、商品のシーン検証から「気づき」を得て商品開発に結びつけることが出来るように、そして、お客様に接するショールームアドバイザーには、商品の使いやすさや開発者の意図をどのようにお客さまにお伝えしたらよいか、という内容で研修を実施しています。商品の機能の説明だけではなく、お客様の立場に立って、本当にお客様やご家族が使いやすいかを考え、新たな生活シーンの提案をしていくことが必要です。2004年度、開発部門向け実践研修は約300人、ショールームアドバイザー向け提案実践研修は約500人に対して実施しました。

TOTO商品のユニバーサルデザイン化　レストルームの場合



URL ユニバーサルデザインの詳細はホームページへ。
http://www.toto.co.jp/company/reports/

暮らしながら
そっと
エコロジー
TOTO

まいにちみんなが必ず使うもの だから、環境にもっとやさしく

まいにち快適に使っていながら、知らず知らずのうちに、地球環境を守れる商品を。
TOTOはエコ商品認定基準を設け、「設計」「材料調達」「つくる」「はこぶ」「つかう」
「すてる・もどす」、全ての段階で環境に配慮した商品づくりを行っています。

TOTOグループ地球環境方針
TOTOグループは、「水」に象徴される、地球資源が有効に活用、循環される「商品づくり」「企業経営」「社会システムの形成」を実現します。

TOTOエコ商品認定基準による商品のライフサイクルアセスメント（※1）

※1 ライフサイクルアセスメント（LCA）・・・その製品に関する資源の採取から製造、使用、廃棄、輸送など全ての段階を通して環境影響を定量的、客観的に評価する手法のこと。

家全体をTOTOのエコ商品に取り替えると
水まわりの
CO_2排出量
35%削減

トイレ	キッチン	浴室	洗面所
水使用量54%の削減と電気使用量65%の削減で	水使用量85%の削減とガス使用量73%の削減で（ただし電気使用量増加）	水使用量21%の削減と電気使用量27%の削減で	水使用量24%の削減と電気使用量24%の削減で
$CO_2$62%の削減	$CO_2$53%の削減	$CO_2$26%の削減	$CO_2$24%の削減

エコ商品の開発を推進

TOTOでは、地球環境保護の観点から、以下の3つのポイントに配慮して商品を開発しています。

TOTOエコ商品認定制度

TOTOは、エコ商品の開発の促進と環境配慮に関する情報公開を目的として、1998年から「TOTOエコ商品認定制度」を実施しています。商品企画、設計の段階に、製造時から配送時、商品使用時にいたるまでのCO_2の排出量を算定するなど、TOTO独自の厳しい製品環境アセスメント（評価）基準に基づき商品づくりを推進しています。

TOTOのエコ商品化率

2004年度に発売された商品の97%が「TOTOエコ商品認定制度」をクリアした「TOTOエコ商品」です。また、2004年度のエコ商品の売上高比率は約50%でした。

※評点が高いほど良い

URL エコ商品の詳細はホームページへ。
http://www.toto.co.jp/company/reports/

暮らしながら
そっと
エコロジー
TOTO

TOTOはエコ技術で毎日を「いい暮らし」に

お湯を使うことで大量のCO_2が発生しています。
また、浄水場で水道水をつくる過程からもCO_2は発生しています。
水をムダ使いしたり、排水することでいつのまにか環境に負担をかけてしまう。
そこでTOTOは積極的に技術を生かして地球をきれいにすることを考えました。

節水・省エネを目的としたさまざまな技術で、CO_2の削減に貢献します

ネオレストSDの節水・省エネ技術	食器洗い乾燥機の節水技術	クリックシャワーサーモスタット水栓の節水技術	魔法びん浴槽の省エネ技術
便器の排水路をシンプルな構造にして、従来品より少ない水で効率的に洗浄します。ウォシュレットもワンダーウェーブ洗浄方式により従来品の約1/2の流量で抜群の洗浄力を実現。お湯をつくるための電力も半分に減少。新防汚技術（セフィオンテクト）でお掃除の回数も減らせます。	少量の溜め水で効果的に洗うから、水をムダにしません。水の勢いはそのまま、水量だけを減らす気泡入り水流を採用。「溜め洗い・溜めすすぎ」と合わせて、さらに少ない水量で洗浄。軽い汚れの食器は、洗剤なしできれいに洗えるので、洗剤も節減できます。	クリックシャワーの手元のボタンで、止水・吐水をこまめに切り替えることで、洗髪時などの流しっぱなしを防いで大幅な節水を図ることができます。さらに自動的に温度調節ができるサーモスタット付水栓で、湯温調節時のムダな捨て水を減らします。	二重の断熱材で浴槽を包んで、高い保温効果を実現しました。冬場でも6時間後のお湯の温度低下はたったの2℃。快適な温度で入浴できる時間が長くなり、追い焚き時の燃料使用量を7割削減できます。翌朝の残り湯での洗濯も最適な温度のお湯が使えます。
水使用量 42m³／年の削減	水使用量 62m³／年の削減	水使用量 31m³／年の削減	ガス使用量 39m³／年の削減
年間 16,300円の節約	年間 34,600円の節約	年間 23,000円の節約	年間 6,400円の節約
CO_2 62%の削減	CO_2 53%の削減	CO_2 35%の削減	CO_2 14%の削減

※試算条件　夫婦と子供2人（男・女各1人）のモデル、水道料金：265円/m³、電気料金：22円/kWh、ガス料金：165円/m³

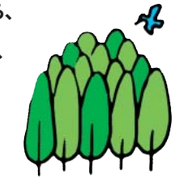
節水機器がCO_2削減に大きな効果があることが認められました

省エネといえば家電機器やガス機器を思い浮かべる方が多いと思いますが、実は節水機器にも大きな省エネ効果があります。浴室や台所、洗面所などでお湯を使えばガスや灯油を燃やすことにより大量のCO_2を排出します。また、水を使うこと自体も浄水場で水を供給する際や下水処理場で処理する際にCO_2が排出されています。一般的な4人家族の家庭から排出されるすべてのCO_2の内、水まわりが占める割合は実に約40%になります。現在日本全体で排出されているCO_2の内、住宅からの排出は約13%といわれていますので、国内のCO_2排出量の約5%（13%中約40%が水まわりより）が住宅の水まわりから排出されていることになります。従って、節水、省エネ機器の普及を進めることは、大幅なCO_2排出低減につながる可能性があるといえます。TOTOでは節水機器のCO_2削減効果を社会にアピールしてきましたが、その結果、経産省の省エネ・防犯情報提供事業研究会や環境省のチーム・マイナス6%にもCO_2削減に有効な手段として「節水」が取り上げられました。

R&D企画部　山内 大助

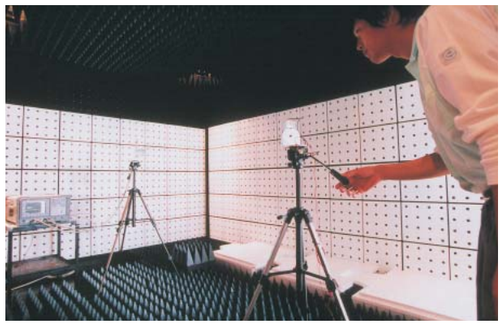
ハイドロテクトタイルで、外壁がまるで木のように大気を浄化します

ハイドロテクト加工した表面に光があたると、2つの働きが生じます。1つ目は雨で汚れを浮かせて洗い流す親水性の働きです。ハイドロテクトタイルを使用した外壁は、雨がホコリやチリ、油分まで洗い流すから、キレイが長持ち。掃除回数も減って、水や洗剤を大幅にカットできます。2つ目は有機物分解の働きです。大気中のSOxやNOxを分解して、大気を浄化します。毎日、太陽の光にあたっているだけで、大気汚染物質を分解し、家一軒（ハイドロテクトタイル200m²の場合）で、大気の浄化力が高いポプラの木を14本植えるのと同じ効果をもたらします。



見えないところでしっかりチェック マイクロ波センサー搭載小便器

公共の場の男性用トイレでよく見られる自動洗浄システム。従来は赤外線センサーで人体の有無を感知する方法が主流でした。現在開発中のマイクロ波センサーは、動くものを正確に感知できます。人体の有無だけでなく尿量もチェックし、適量な水を流すシステムで、更なる節水を実現。しかも、マイクロ波は陶器などの非金属物質を透過するため、便器の中に隠すことが可能で、いたずら防止やデザイン性の向上につながります。センサーのアンテナや発振器もすべて研究所で設計。自分たちで作るTOTOのエコ技術です。



鉛溶出低減表面処理技術（NPb処理技術）の他社への技術公開

水道水を供給する器具の主要材料には、銅合金材料が長年使用されてきました。しかし、この銅合金は、加工しやすくするため数%の鉛を含有しており、この鉛が微量ではあるが水道水に溶出することで、人体への影響が懸念されていました。厚生労働省が平成15年に鉛の水質基準値を0.05㎎/ℓ以下から0.01㎎/ℓ以下に強化するにあたり、この基準をクリアするための技術開発が急務でした。TOTOでは、規制強化される数年前から「鉛溶出低減技術」の開発に着手。数ある手法の中でも「低コスト、低環境負荷」という点で、唯一クリアできる表面処理技術（以下NPb処理技術）を他社に先駆けて開発しました。「鉛溶出問題は水道業界をあげて取り組むべき課題であり、このNPb処理技術については、例え同じ業種であっても他社へオープンにすべきである」と考え、当初より技術内容については公開してきました。水栓メーカー数社を含む17社と契約を結び、水道業界の環境対応へ貢献しました。

URL エコ商品とハイドロテクトタイルの詳細はホームページへ。
http://www.toto.co.jp/company/reports/

個性を生かし、イキイキと働く

「強く、明るく、美しい会社」を目指して、個性と自主性を尊重し、創造力豊かで、自律した人材の活性化に取り組みます。

専門職制度を活用したスペシャリストの二人
上席研究員に任命された森山康司は「カビの博士」といわれる微生物研究の第一人者です。主席研究員となった青島利裕は「天性の分析屋」と呼ばれる分析技術のスペシャリストです。今後は研究のスペシャリストとしての立場からTOTO全般にわたる研究の技術指導、人材育成へと活動の場を広げていきます。

人がイキイキとなれば会社もイキイキとなる

TOTOは従来より「従業員がイキイキワクワクしながら、仕事に取り組むことができる、魅力ある会社」を目指して、法令等遵守・人権尊重はもとより、人材の育成、活用、評価、処遇に関わる諸施策を整備してきました。2004～2006年度の中期経営計画の中では、さらに一歩進めて、人材活性化を企業の体質強化戦略の柱として位置づけ、取り組みを強化しています。

TOTOグループ人事方針
TOTOグループは、人間尊重の精神に則り、熱気みなぎる創造力豊かな自律した人材を継続的に輩出し、社員満足の向上とお客様の生活文化の創造に貢献していきます。

組織の壁を壊すための多様な制度

ひとりの考えや知識では解決できない問題でも、様々な部門の人が集まり、知識を寄せ集め、互いに吸収しあうことで、解決の糸口が見つかる。そんな、組織の壁を越え、意欲を持って仕事に取り組んでもらいたいという思いで、オープンチャレンジプロジェクト（詳しくはP14）をスタートさせました。このプロジェクトに参加することで得られたメンバーとの絆や従業員の成長は、従業員自身の自律を促し、会社の活性化にもつながります。その他にも、管理職を対象に、全グループを俯瞰した課題を想起し、解決策などを提案する「マネジメント・フォーラム」や、若手・中堅を対象に、経営全般の知識の収得と応用する力を養うために、「ビジネス・カレッジ」を開講するなど、多様な制度で人材の活性化を進めています。

● 人材活性化イキイキプロジェクト

TOTOグループの中長期的・継続的な成長には、はたらく人の活性化が必須です。
TOTOグループではたらく人がイキイキとし、仕事を通じて能力を発揮できるようにするための方向性を具体化していきます。

双方向のコミュニケーション

- イキイキを継続するために部門（現場）主導で人材を育成する
- はたらく人一人ひとりが自分で考え、行動できるようにする（自律）
- 部下を生かし、組織力を高めて、より高いアウトプットを出せるマネージャーを育成
- 成果・能力発揮に応じ、納得できる評価・処遇をする

上司と部下の対話を深める

新たな試み。研究部門の専門職制度

“ 専門職制度 ”とは、研究部門を対象にした新たな取り組みで、研究部門での優秀な人材に、管理が主体となるラインマネージャーとは異なるスペシャリストとしての任命を行い、他のラインマネージャーと同等の処遇で対応する制度です。任命にあたっては、社内のみならず外部有識者による審査も実施しています。スペシャリストの役割としては、研究の後継者育成や、高い技術の継承などが期待されます。

従業員の自律、意欲に応える、様々な人事制度

自らのキャリアビジョンを表明して、働きたい仕事・職場を申告できる“ 自己申告制度 ”や、社内求人としての“ 公募 ”、求職としての“ ジョブリクエスト ”など、本人の希望と仕事のマッチングを図り、異動を可能にする制度も整備されています。また、自分のキャリアや能力アップについて考えるキャリア研修を実施したり、仕事の幅を広げる“ 職群変更試験制度 ”を設けるなど、意欲のある従業員の自己実現と活性化を図っています。その結果、毎年行う従業員意識調査において、従業員の仕事に対する満足度が向上しています。

● 2000～2004年度 職群変更試験制度実績

	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	合計
N→I 職群	10(2)	13(3)	12(2)	11(3)	22(9)	68(19)
G→N 職群	84(43)	64(34)	36(18)	19(8)	69(15)	272(118)
合計	94(45)	77(37)	48(20)	30(11)	91(24)	340(137)

G職群：製造職、一般職　N職群：エリア総合職、専任職　I職群：総合職　（　）内は女性

イキイキプロジェクトリーダー
村上 正実

イキイキプロジェクトでは、人・組織・マネジメントの視点で、「5つの方向性」の具現化に向けて活動しています。ポイントは、上司が「伝える」でなく「聞く＝伝わっていることを確認する」ことがコミュニケーションだと理解し、一人一人が「やらされ」から「自分で考え行動する」に変わることです。トップが率先して模範を示しながら地道に活動を継続することで、TOTOグループ全体のイキイキ度を高めていきたいと考えています。

“ 職群変更制度 ”を活用して
稲吉 美保

私は一般事務として入社しましたが、お客様と直に接する仕事がしたいと思うようになり、大分ショールームオープンと同時に転籍しました。アドバイザーになって良かったことは、商品に囲まれて仕事が出来ることと、商品の価値をお客様にお伝えできることです。今後の夢（目標）はお客様の潜在ニーズを引き出し、「ショールームに来て良かった!」と満足・感動していただけるようなアドバイザーになることです。

URL TOTOグループ人事方針の詳細はホームページへ。
http://www.toto.co.jp/company/reports/

障害のある人もそうでない人も
共に働きがいのある会社をめざして

障害のある人が、障害のない人と同様の社会生活をおくることができるように社会福祉をすすめることを“ ノーマライゼーション ”といいます。TOTOはこの理念に基づいた活動を積極的に推進しています。

さまざまな人が共存し、いきいきと仕事に取り組む

サンアクアトートーは、働く意志と能力がありながら、就労の機会に恵まれない障害者に働きやすい職場を提供するため、福岡県、北九州市、TOTOが共同出資して設立した第三セクター方式の重度障害者雇用企業です。1994年に操業を開始し、現在は約100人の従業員が働いています。重度障害者は31人、軽度障害者は3人で、TOTOの水栓金具や給排水器具などの組み立てやパソコン業務に従事しています。組み立ては基本的に一人で複数工程の作業をする一人生産方式（セル生産方式）を導入、作業台や道具は作業者が使いやすいものを、できるだけ自らの手で作ります。このセル生産方式は、もともと小倉第二工場で生産体制の柔軟性と作業効率の向上を目的に取り入れられた方式ですが、自分に合わせた作業方法を考えるといった視点が、障害の部位がそれぞれに違う障害者にも好都合でした。また、仕事の進捗や能率の“ 見える化 ”や“ 改善活動 ”も導入し、生産性の向上にも積極的に取り組んでいます。

施設には、障害がある人でも使いやすいような配慮があります。駐車場は車いすでも乗り降りできるように広く区画したり、屋根付きで雨の日も濡れないで建物に入れます。また、トイレブースも障害に合わせて選べるように手すりや補助具などがいろいろと設置されています。

①障害の部位に応じて、使いやすいように組み立てられた作業設備
②車いすの方にも見やすい非常灯
③通路の手すり、ドアの向こう側が確認できるドア窓
④聴覚に障害のある人に休憩時間や終業を伝えるグリーン灯
工場の隅々にまで共に働くための工夫があります。

TOTO全社での障害者雇用状況

2005年3月末現在、TOTOとサンアクアトートーを合算した障害者雇用率は2.5%で、法定雇用率の1.8%を上回っています。今後は、TOTO全社でもサンアクアトートーのような、障害者と健常者が共に働けるような職場を増やしていき、働く意志と能力をもった方があたりまえに働ける会社にしていきたいと思います。

● TOTO全社での障害者雇用状況（2005年3月現在）

	身体障害者		知的障害者		計
	重度	軽度	重度	軽度	
TOTO	31	71	0	2	104(135)
サンアクアトートー	27	2	4	1	34(65)
合計	58(116)	73(73)	4(8)	3(3)	138(200)

※( )内の数字は障害者雇用率を算出する時の人数。
重度障害者は2人分として算出します。

安全衛生・人権の取り組み

TOTOグループ安全衛生・防災方針
TOTOグループは、業務上災害ゼロ、業務上疾病ゼロをめざすとともに、快適な職場環境の形成に努めます。
TOTOグループは、火災・風水害・その他の災害の未然防止を図るとともに、災害による被害を最小限に止めるよう努めます。

職場での喫煙対策について

2003年5月に施行された「健康増進法」と「職場における喫煙対策のためのガイドライン」の改正に伴い、職場での喫煙対策を3カ年計画で進めてきました。その結果、目標を1年前倒しして、2005年度で対策が完了する見込みです。2005年度よりグループ会社の対策を推進します。

メンタルヘルスの取り組み

2004年度中に全事業場に「メンタルヘルス相談窓口」を設置し、従業員が気軽に相談できる体制を整えました。また、ストレスおよびメンタルヘルスケアに関する知識を深めるとともに、セルフチェックができる冊子「心のリラックス&リフレッシュ」を作成、配布することとしました。さらに、管理監督者向けの研修を行い、メンタルヘルスに関する理解を深め、医師、人事担当の三者が連携して心の悩みを持つ従業員の早期発見ならびに発症後の適切な措置、復職支援を行っています。

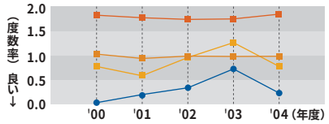
人権問題への取り組み

差別のない明るい職場、明るい家庭、明るい社会を目指しています。「全社人権問題研修推進委員会」を設置し、同和問題をはじめ、あらゆる差別をなくすための人権問題に関する研修・啓発の推進に取り組んでいます。2004年度は延べ529回、11,539人が人権研修を受講しました。社外研修にも述べ219人が参加しています。また、社内報にも、人権啓発記事「みんなの幸せをもとめて」を1981年8月より掲載を継続しています。

災害撲滅活動について

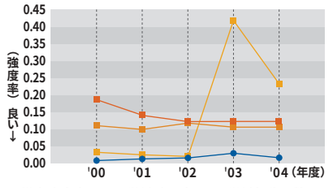
「安全第一」をより徹底させるために、2003年度より「TOTOグループ災害撲滅活動」をスタートしています。この活動では、「安全教育」による作業に対する感受性の向上と、「作業・設備の安全点検」による安全対策を実施し、さらに事業場間で安全衛生管理体制と工場内安全の相互監査（安全クロスチェック）も実施して、不安全状態・不安全行動ゼロを目指し、海外を含めたグループ全体で安全な職場づくりを進めています。

● 国内災害度数率の推移



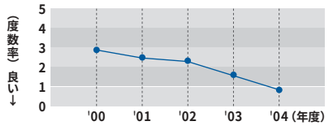
※災害度数率：100万労働時間当たりの被災者数
TOTOは休業1日以上、その他は休業4日以上で算出
■全産業 ■製造業 ■陶磁器、同関連製品製造業 ●TOTO

● 国内災害強度率の推移



※災害強度率：1,000労働時間当たりの労働損失日数
TOTOは休業1日以上、その他は休業4日以上で算出
■全産業 ■製造業 ■陶磁器、同関連製品製造業 ●TOTO

● 海外事業グループ災害度数率の推移



※災害強度率：100万労働時間当たりの被災者数
TOTOは休業1日以上で算出

URL サンアクアトートー、TOTOグループ安全衛生・防災方針と安全衛生管理体制の詳細はホームページへ。
http://www.toto.co.jp/company/reports/

豊かで快適な生活文化を創造していくこと…TOTOの社会貢献活動のひとつです

建築・デザイン・水まわり・生活文化に関する情報を発信し、社会と交流を図ることで、TOTOらしさのある社会貢献活動を進めていきます。

アンジェロ・マンジャロッティ展［2004.9.10～2004.11.13］
建築のみならず、プロダクツデザイン、彫刻も手掛けるマンジャロッティ氏の半世紀にわたる活動を紹介。

1

2

1. 西沢大良展
［2004.5.22～2004.7.24］
今後の活躍が期待される若手建築家。空間を擬似体験できる大きな模型で3作品を展示。

2. 阿部仁史展「BODY」
［2005.3.9～2005.5.14］
仙台を拠点に活動する建築家。人の「身体」と建築の「かたち」が直接対話する場を目指した。

水まわりから社会貢献をめざすTOTOのもう一つの活動

水まわりのものづくりを通じて生活文化の創造を目指すTOTOは、「人と水」を中心に暮らしや住まい、建築に関わる文化活動も展開しています。「ギャラリー・間」は、建築・インテリアデザインに関わる質の高い文化情報を提供する専門ギャラリーです。20年の活動を通じてこれまでに51万人を超える来館者を迎え、108回の展覧会を開催するなど、高い評価をいただいております。「TOTO出版」は、「ギャラリー・間」と連動した建築専門書をはじめ、身近な暮らしをテーマとした生活文化に関する一般書も発行しています。15年にわたる歩みの中で「建築MAPシリーズ」や「地球家族」などベストセラーも生まれました。こうした専門家や一般の方々への情報発信、情報交換の成果が社会に還元され、よりよい生活文化の創造に寄与するものと考えています。息の長い文化活動は、TOTOの目指す「社会から必要とされる会社」への大切な歩みのひとつです。

TOTO出版は「都市・人・水」をキーワードに1989年にスタートしました。読者の皆さまに支えられ、これまでに250点・約142万冊の書籍を販売してまいりました。建築・デザイン・水と環境など生活文化に関わるテーマを、時間をかけて編集した、質の高い本づくりを追求しています。2004年度は数多くの書評に取り上げられ、社会的にも高い評価をいただきました。今後とも、幅広い層の方々にご愛読いただける建築・デザインの書籍の企画に取り組み、TOTOらしい文化活動として社会に貢献していきます。

TOTOグループ社会貢献・地域共生方針
TOTOグループは、水まわりを中心とした、豊かで快適な生活文化を創造することで、社会の発展に貢献する企業を目指し、よき企業市民として、経営資源を有効に活用して社会貢献・地域共生活動を行い、よりよい社会を築き支え、社会と共生します。

TOTOの社会貢献

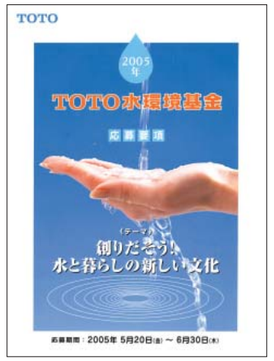
TOTOでは、グループ全体で取り組む社会貢献活動から地域に根ざした活動や個人単位での活動まで、幅広く活動を推進していきたいと考えます。2004年度は、活動の報告をホームページに公開しました。これは、社会の皆さまに活動を知っていただくとともに、従業員で情報を共有することで、社会貢献活動の啓蒙を図り、従業員一人ひとりが広く社会貢献に参加できるような風土をつくるためでもあります。TOTOは、社会貢献活動を「地域での活動」「芸術・文化、教育活動」「環境に関わる活動」「社会福祉」の大きく4つの活動に分類しています。この4つの活動に対して、経営資源を有効に活用した社会貢献・地域共生活動を行っていきます。

国内外のトップアーティストを迎えて1988年より開催されている北九州国際音楽祭。TOTOは第1回よりスポンサーを務めています。

●地域共生・社会貢献の考え方

TOTO水環境基金がスタート

TOTOでは、水まわりを中心とした、豊かで快適な生活文化を創造することで、社会の発展に貢献する企業を目指しています。未来に向けて、大切な水資源を有効に活用して社会が持続的に発展していくためには、節水技術の追求というTOTOの果たすべき役割とともに、NPOをはじめとする市民活動の果たす役割も重要であると考えます。そこでTOTOは、よりよい社会を築き支え、社会と共生することを目的に、2005年度よりTOTO水環境基金として「創りだそう!水と暮らしの新しい文化」をテーマに、市民の取り組みを支援します。この水環境基金は、水と暮らしの関係を見直し、再生することを目指した取り組みを助成します。詳しい内容はホームページに紹介しています。



TOTO水環境基金ホームページ
http://www.toto.co.jp/company/mizukikin/index.htm

URL 社会貢献の詳細はホームページへ。
http://www.toto.co.jp/company/reports/

私たちは、企業市民として、地域や社会に貢献します

よき企業市民としてお客様、地域の皆さま、従業員など幅広いステークホルダーと共生し、積極的に社会に貢献していくことで、その地域になくてはならない会社を目指します。

地域の皆さまとの“ワ”が広がっています。TOTOの陶芸教室「ドロノワ倶楽部」

「ドロノワ倶楽部」は、ドロ（土）を通じて地域に楽しい人のワ（和・輪）を広げたいと願い、平成6年に茅ヶ崎工場内に誕生した陶芸教室。TOTOの衛生陶器で培った経験と技術を活かして、地域の皆さまに陶芸を楽しんでいただくために教室や多様な陶芸体験コースを開催しています。その作品を毎春秋恒例のフリーマーケットで販売し、その売上金を福祉協議会へ寄付。また子供向けの陶芸教室の参加費を国連難民高等弁務官事務所に寄付するなどチャリティー活動にも積極的です。また、ひきこもりなどの方の、社会復帰をサポートしている団体と共に月に一度教室を開催。陶芸を通じて他人との関わりや、創作の喜びを体験していただいています。さらに知的障害者の更生施設に出向き、ケアに通われている皆さまに陶芸の楽しさを体験していただくなど、地域の社会福祉活動にも参加しています。

工場のフリーマーケットで陶芸作品を販売、その売上金を福祉協議会へ寄付しています。

チャリティーを目的として開催された子供向けの陶芸教室。

地域に根ざした社会貢献活動

TOTOは、地域の皆さまと共生し、よき企業市民として地域とともに歩んでいきたいと考えます。各工場や事業所ごとに、地域に根ざした様々な活動を行っています。

地域の皆様への感謝の気持ちを形にして、交流を深めることを目的に、各地で「TOTO夏まつり」を毎年開催しています。

「第16回選抜女子駅伝北九州大会」開催。スポーツ振興と地域の活性化に貢献する意味で、第1回大会より特別協賛しています。

北京東陶有限公司の創立十周年を記念して、中国青少年基金を通じ、中華人民共和国河北省武邑県に「北京東陶希望小学校」を建設。

さまざまなコミュニケーションに積極的に取り組みます

お客様や地域の皆さまをはじめ、すべてのステークホルダーの方々に、CSR経営にふさわしい多面的な情報公開を行うとともに、双方向のコミュニケーションにも努めます。

ステークホルダーダイアログ

2004年11月、CSRステークホルダーダイアログとして「TOTOの社会・環境活動について話し合う会」を3つの会場で開催しました。今回は、TOTOの商品に関心が高いと思われる主婦の方々に対象を絞り、TOTOの女性従業員も一緒になって、TOTOの施設の見学も交えながら、各テーマについて一緒に考え、語っていただきました。活発な討論があり、中身のある有意義な会になりました。この内容はホームページでご紹介しています。

第1回　2004年11月5日
「東京・桜新町TOTOテクニカルセンター」
第2回　2004年11月25日「小倉・TOTO小倉第一工場」
第3回　2004年11月26日「小倉・サンアクアトートー」

プレス発表・メディア

会社の重要な方針や事業活動の報告を、マスコミなどを通じ公表します。

●2004年9月、「TOTOグループのCSR経営」の記者発表会を開催。CSR経営の考えに基づいて整備した理念体系について木瀬社長が説明。新たに策定した「TOTOグループ企業理念」や「TOTOグループ企業行動憲章」を発表しました。

●「イノベートジャパン・次の日本を創る経営者会議」に木瀬社長が「ブランドを創る」をはじめ4つのテーマで経営哲学を提言しました。

2004年9月6日 日本経済新聞

展示会・講演・会議

TOTOの活動を、広く知っていただくために、展示会や講演などで積極的にPR。

●2004年10月、第31回 国際福祉機器展に出展して「まいにちに、ユニバーサルデザインを」の取り組みを紹介。

●2004年10月、環境展示会「エコ・テクノ2004」のセミナーで内田環境管理部長が「生活環境企業をめざして」というテーマで講演。

●2005年12月、九州地域環境・リサイクル産業交流プラザの設立5周年記念事業でCSR担当の藤原取締役が「TOTOの環境経営について」のテーマで講演。

第31回　国際福祉機器展

ホームページ

TOTOの最新情報をタイムリーにお届けできるツールとして、ホームページの充実を図っています。2004年8月に新設された「社会・環境活動」サイトが「環境goo大賞2004（大手企業の環境コミュニケーション）」で優秀賞を受賞。各コンテンツへのアクセスのしやすさや、情報の構成・内容、自己評価の表現の適切さ、などが評価されました。これからも、ますます内容を充実させていきます。

URL 社会貢献、地域共生とステークホルダーダイアログの詳細はホームページへ。
http://www.toto.co.jp/company/reports/

TOTOは株主の皆さまに、健全な経営と透明かつ公正な情報公開をお約束します

TOTOはCSR経営により事業活動の活性化を図り、社会と株主に利益を還元していきます。

個人株主の皆さまとのコミュニケーションにも積極的に取り組みます

個人投資家の資産運用の多様化や拡大が進む中、TOTOは個人株主の皆さまとのコミュニケーションを大切に考えています。個人株主の皆さまには、TOTOがおすすめする商品のご購入に際し、キャッシュバックを行う「株主優待制度」とともに“ TOTOショールームへのお誘い ”を発行しています。ショールームへ足を運んでいただくことで、TOTOの取り組みを実感していただきたいと思っています。今後も、株主の皆さまの満足に応えられるような活動を進めていきます。

TOTOグループ ディスクロージャー方針
TOTOグループは、「透明」かつ「公正」な企業であることを強く希求し、「社会的責任」を果たす基本姿勢を堅持する。
当方針をTOTOグループの全社員（役員および従業員）が理解し、これに沿って適切な情報公開・開示を実施することにより、すべてのステークホルダー満足度の向上を図ります。

TOTOのIR（※1）の歴史

（※1　Investor Relations…投資家向け広報活動）

IRの歴史は、1994年12月に証券会社アナリスト向け会社説明会を実施したのが始まりです。以降、決算説明を中心とした、説明会・個別ミーティングを開催してきました。1998年に経験した、創業以来初めての赤字決算を契機に、TOTOのIRは、単なるニーズへの対応からポジティブな対応へと転換しました。1998年9月、当時の重渕社長（現会長）就任時に、第1回目の方針説明会を開催。2000年4月からは年度方針説明会として毎年開催すると同時に、同年5月からは、決算発表当日に決算説明会を実施するようにしました。また、国内機関投資家だけでなく、広く海外や個人の投資家へのIRにも取り組んでいます。2001年11月には、海外IRを開始。以来、米国と欧州、アジアで年1回ずつ実施しています。2003年5月には、個人投資家の方にも、TOTOの経営戦略をご理解いただくため、個人投資家説明会を開催しました。

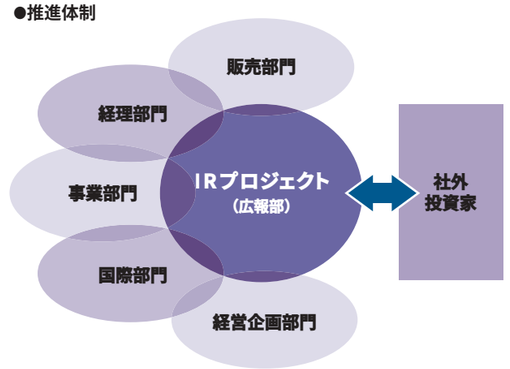
木瀬社長による年度方針説明会

香港での投資家とのミーティング

日本IR協議会「IR優良企業賞」受賞

近年の積極的なIR活動が認められ、2004年12月、日本IR協議会より「IR優良企業賞」を受賞しました。受賞理由として、“ IR部門へのアクセスの良さや担当者の対応が優れている ”“ 中期経営計画では成長分野の位置付けが明確で、その売上高が全体に占める割合の推移を開示して理解しやすい ”“ トップのIR認識が高く、目標実現のプロセスを投資家に具体的に示している ”“ CSR情報の開示にも積極的である ”があげられました。今後のIR活動で強化すべき点は、投資家ニーズの的確な把握とスピーディーな対応、外国人株主とのコミュニケーションの充実、個人株主の拡大、適時・適切な情報開示の推進と質の向上。また、そのための決算発表の早期化や英文サイトの充実などがあげられます。

●推進体制



社内情報収集と市場情報のフィードバックを目的に、各事業部門責任者が参画するIRプロジェクトを設立。

IR優良企業賞授賞式

URL 投資家向け情報の詳細はホームページへ。
http://www.toto.co.jp/company/reports/

TOTOとお取引先との良好な関係を築いてゆくために

TOTOはCSR活動をTOTOグループ全体へ浸透させ、CSR視点でのサプライチェーンマネジメントの拡大を推進していきます。

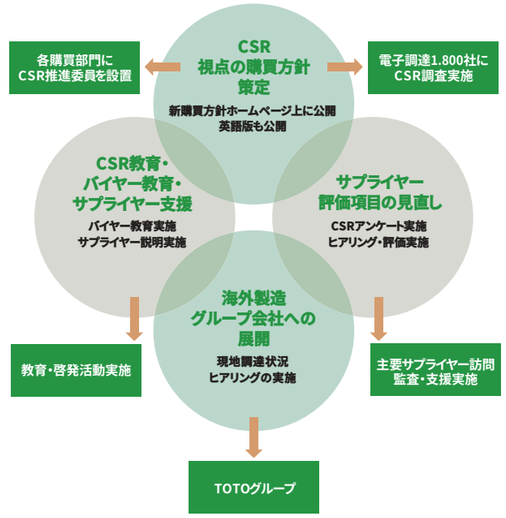
衛生陶器に使用する良質な土を産出する、備前市 土橋鉱山にて

TOTOグループ購買方針
TOTOグループは、経営・環境・社会というそれぞれの面で企業としての責任を果たし、企業と社会、そして地球が持続可能な発展を目指すためのバランスの取れた取り組みを行なってまいります。TOTOグループはサプライヤーとともに、CSR視点に立った購買活動を推進いたします。

2004年度のSCM（※1）の取り組み

TOTOでは、今までサプライヤー（※2）に対してグリーン購入を通じたSCMの取り組みを進めていました。しかし、CSR経営の推進にともない、従来の環境項目にCSR視点のコンプライアンスと労働（人権、安全衛生など）の項目を加える必要がでてきました。2004年度は、CSR視点でのTOTOグループ購買方針を策定するとともに、サプライヤー評価項目を見直し、評価を開始しました。SCMを推進するにあたり、各事業部・グループ会社の購買担当者にCSR教育を実施しました。

●2004年度のSCMの取り組み



サプライヤーCSR調査の取り組み

2005年度はサプライヤーへのCSR取り組み状況の調査および監査を計画しています。TOTOとインターネットを利用した電子取引を行っているサプライヤー（約1,800社）にアンケート調査を行い、CSR取り組みに関する基本情報を収集します。回答結果は各事業部、グループ会社の購買部門で選任されたCSR推進担当者へフィードバックします。CSR担当者は主要取引先へのヒアリング、監査を行い、サプライヤーへCSRの必要性を説明します。監査の実施、判定結果はデータベース化してTOTOグループ全体で共有し、サプライヤーと一体となってCSR活動に取り組んでまいります。

海外へ広がる、CSR活動

TOTO海外グループ会社にも、国際事業部門を通じて、CSR活動を広げています。海外では、法律や習慣の違いもあることから、国際基準と照らし合わせながら、その国や地域にあった導入を進めており、最も基本的なコンプライアンス（法令等遵守）とSCMに関する調査を開始しました。SCMに関しては、まず中国のサプライヤーに対して調査・説明を実施し、CSR調達を始めました。今後、アメリカ、東南アジアに拡大していきます。

用語の説明
※1 SCM…サプライチェーンマネジメント。調達から生産・販売・物流の業務の流れを1つの「供給の鎖」（サプライチェーン）と捉えて、全体を最適に管理するマネジメント手法のこと。
※2 サプライヤー…資材や原料、消費材の供給者または企業のこと。TOTOではE－サプライヤーとして、Ecology（環境保護活動）、Excellent（優良）、Eps（インターネット調達）の項目をクリアした供給者と取引を行っています。

TOTOと一体となり、CSR活動に取り組みます

石川金属工業（株）
代表取締役社長
石川 増太 さん

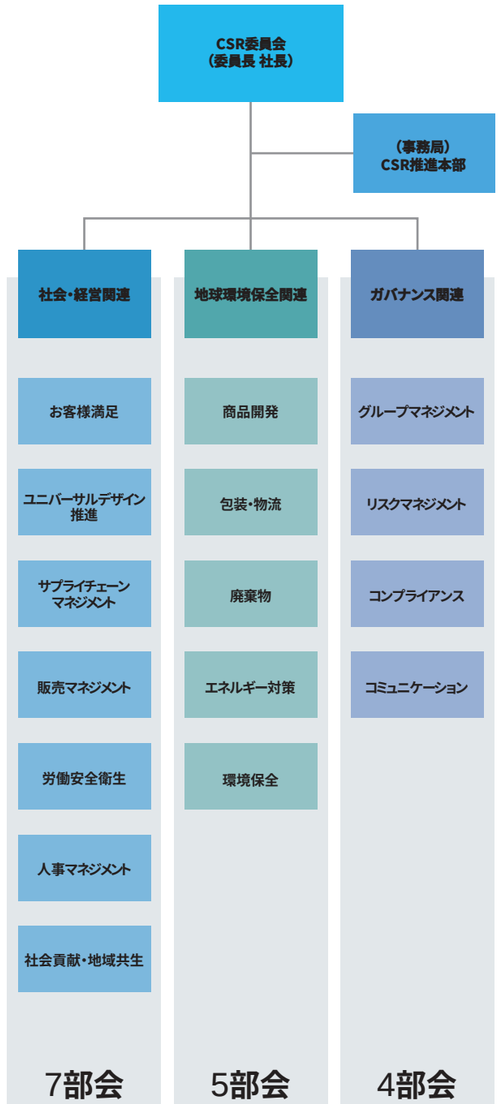
当社では、「真実・思いやり・確認」の社是のもと、「わが社にかかわりのある人達（お客様・社員とその家族・お取引先・その他）すべてが、身も心も、より豊かになる」という理念の基、経営活動を行っています。事業活動においてはISO9001・ISO14001の認証取得に留まらず、お客様の製品要求事項の遵守、環境法規制の遵守及び投入資源・廃棄物の削減活動を展開。また、労働諸条件、安全・衛生面等においては、社員より選出した委員からのスピークアップによる「社員の声を反映」できる運用を行っています。これらの諸活動に加え、サプライヤーとして組織的・系統的にCSR活動を強力に推進すべく、毎年社長自らが「会社発展計画書」として明確に定めると共に全社員への教育を実施し、社会的・経済的要求を満たすべく諸活動に注力しています。昨年のTOTO CSR宣言により、今後は一体となりCSR活動に取り組んでいきます。

URL お取引先とともにの詳細はホームページへ。
http://www.toto.co.jp/company/reports/

社会に必要とされ続ける企業をめざし CSR経営を強力に推進する体制を整えました

企業の社会的責任のさらなる徹底を図るため、CSR委員会を発足し、企業理念の整備や積極的な教育・啓蒙活動を行い、TOTOグループ全体への浸透を図りました。

●CSR委員会の推進体制



CSR推進体制を整えました

2004年4月CSR推進本部が設置され、本格的にCSR活動がスタートしました。6月には第1回CSR委員会を開催。委員会には16部会があり、関わる案件によって社会・経営関連（7部会）、地球環境保全関連（5部会）、ガバナンス関連（4部会）で構成されています。CSR委員会は各分野についての、計画立案、進捗状況の確認、審議、チェック、アクションを実施します。

TOTOの経営思想の根幹をなす「TOTOグループ経営に関する理念体系」

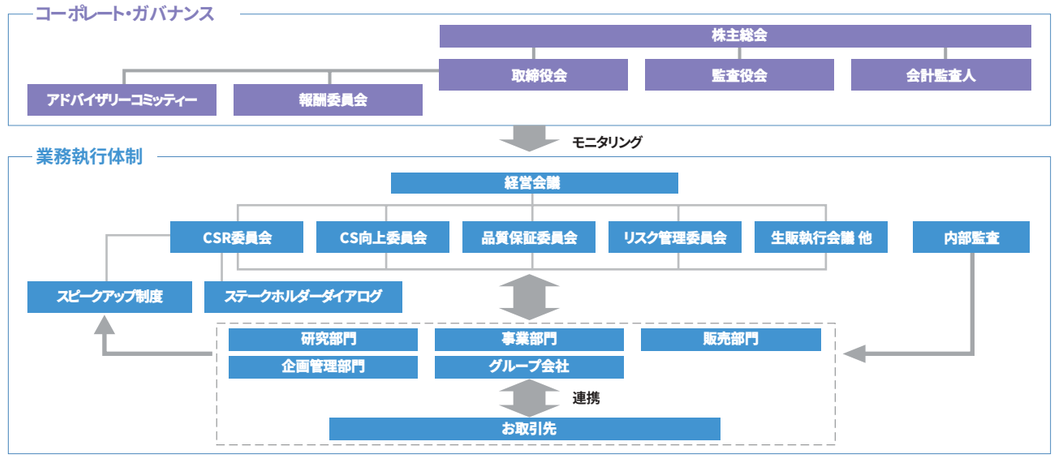
創業時からの思想を、今の時代にふさわしく、さらにTOTOグループで共有できるように制定したものが「TOTOグループ経営に関する理念体系」です。

※P5に詳細を記載しています。

透明性と推進力を高めたマネジメント体制

コーポレート・ガバナンス（企業統治）の外部監視機能のひとつとして、社外有識者と社内取締役で構成する報酬委員会を設置し、役員報酬の決定について客観性を高めました。また、リスクマネジメントの観点から、危機管理の全体把握ができるように、各部門やグループ会社に対して横断的な機能を持つリスク管理委員会を新設しました。

●TOTOグループのマネジメント体制



CSR元年として 基盤の整備と教育・啓蒙に力をいれました

2004年9月、TOTOのCSR経営について記者発表し、新たに制定した「TOTOグループ経営に関する理念体系」の説明を行いました。また「TOTOの社会・環境活動について話し合う会」（※1）や「海外IR」（※2）などのステークホルダーダイアログを開催し、コミュニケーションにも積極的に取り組みました。さらに、CSR活動のTOTOグループ全体への浸透を図るため、社内報・説明会・イントラネットを利用したeラーニングなどを実施。2004年度はCSR経営の意識を高めるための啓蒙・教育が中心となりましたが、2005年度はさらに一歩進んだ、「全員参加によるCSR経営の推進」に取り組みます。

※1…P37に詳細を記載しています。
※2…P39に詳細を記載しています。

●2004～2006年度活動計画

分類		2004年度	2005年度	2006年度
TOTO		・CSR教育・啓蒙 ・グループマネジメント ・コンプライアンス ・社会貢献活動 ・サプライヤー評価基準見直し ・従業員活性化 ・ステークホルダーダイアログ	＋	・お客様満足の一層の向上 ・ユニバーサルデザイン、エコ商品の更なる商品企画・開発
グループ会社	国内	・コンプライアンス徹底、CSR視点のSCM		
			・人事マネジメント、社会貢献、自然環境保護	
	海外	・現状把握、方針検討	・コンプライアンス徹底、CSR視点のSCM	
				・人事マネジメント

URL 社是、TOTOグループ企業理念の詳細はホームページへ。
http://www.toto.co.jp/company/reports/

CSR経営の基本となるコンプライアンス（法令等遵守）

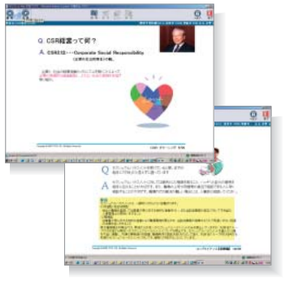
社会での良き企業市民として、社会で必要とされる企業であるために、
自主性や倫理性、グローバル性にも配慮したコンプライアンスの徹底を重要な課題として位置づけます。

TOTOグループ全体に コンプライアンスの浸透を図ります

2004年6月、事業所コンプライアンス推進委員会を設置しました。国内48事業所（支社13カ所、工場・物流7カ所、グループ会社28カ所）に設置して、事業所で働くすべての人を対象に、コンプライアンス啓蒙活動を推進します。2004年度は「コンプライアンスの基礎」を研修テーマに職場研修会を開催し、17,662名が受講しました（受講率82%）。同時にイントラネット上でeラーニングをスタートして、コンプライアンスの基礎学習を推進し、周知・定着を図りました。海外グループ会社に関しては、最も法令関係が整っており、厳しいと思われるTOTO U.S.A.にてコンプライアンス推進の基本12項目を提示して、実施を前提に検討中。アジア圏では、このTOTO U.S.A.の基本項目をベースに、調査することから始めました。

●コンプライアンス手帳

●eラーニング



スピーク・アップ制度の運用

職場で発生した、あるいは発生しそうなコンプライアンスに関わる問題を察知した従業員が、組織を通じて解決することが難しい場合に、直接グループ・コンプライアンス推進委員会事務局に情報連絡して問題を解決し予防するスピーク・アップ制度を運用。意識調査や職場研修でスピーク・アップ制度の周知を図っています。告発の内容は、ハラスメントや労働時間問題などの従業員に身近な問題が大半を占め、受け付けた情報は委員会が適切に処理し、その結果は情報提供者にフィードバックしています。

個人情報保護法への対応状況

2005年4月1日から施行された個人情報保護法に対応して、TOTOでは以下の取り組みを行っています。

1.収集・利用について

個人情報の収集・利用に関しての方針をホームページやパンフレットに掲載して社外に告知しています。また、ご愛用者カードや各種アンケートなど、個人情報収集時には利用目的を明示し、同意の取得を行っています。

2.システムの安全管理措置

以下の対策を2005年3月末までに完了しました。

※一部、新システム構築中のため、2005年8月まで個人情報の抜き出し権限を限定する暫定措置などで対応しています。

●個人情報保有件数が5,000件を越える場合

・ID、パスワードによる利用者制限の強化

・大量データの抜き出し制限

（件数制限、データ管理者へのメール自動発信による通知）

・大量データの抜き出し時の履歴保存

●個人情報保有件数が5,000件未満の場合

・ガイドラインに沿った管理強化

（責任者の明確化、施錠保管、持ち出し制限など）

3.教育

個人情報保護ガイドラインを策定し、eラーニングなどによる従業員への周知徹底を図っています。

TOTOグループ事業概要（2005年3月現在）

商号　東陶機器株式会社（TOTO LTD.）
創立年月日　1917年（大正6年）5月15日
資本金　355億7,900万円
本社所在地　福岡県北九州市小倉北区中島2丁目1-1
従業員数　連結18,519名　単独6,603名
営業品目
●レストルーム商品
衛生陶器（大便器、小便器、洗面器、手洗器など）、システムトイレ、腰掛便器用シート（ウォシュレットなど）、タイル建材、水まわりアクセサリー、水まわり介護用品など
●バス・キッチン・洗面商品
ユニットバスルーム、水栓金具（各種給水栓、排水金具など）、給湯機、システムキッチン、洗面化粧台、マーブライトカウンター、プラスチック・ホーロー浴槽など
●その他
ニューセラミック、浴室換気暖房乾燥機、食器洗い乾燥機など

TOTOグループおよび関連会社
82社（内、連結子会社58社）

■国内主要拠点

〈当社〉
本社（福岡県）
工場 [8]
茅ヶ崎工場（神奈川県）　小倉第二工場（福岡県）
滋賀工場（滋賀県）　中津工場（大分県）
滋賀第二工場（滋賀県）　中津第二工場（大分県）
小倉第一工場（福岡県）　大分工場（大分県）
支社 [13]
札幌支社（北海道）　名古屋支社（愛知県）
東北支社（宮城県）　北陸支社（石川県）
北関東支社（埼玉県）　大阪支社（大阪府）
東関東支社（千葉県）　四国支社（香川県）
東京支社（東京都）　中国支社（広島県）
横浜支社（神奈川県）　九州支社（福岡県）
信越支社（新潟県）
支店・営業所 [84] ／ショールーム [94]
（注）[　] 内の数値は事業所の数を示しています。
〈子会社等〉
愛知東陶株式会社（愛知県）
東陶エンプラ株式会社（福岡県）
東陶プラテック株式会社（福岡県）
東陶バスクリエイト株式会社（千葉県）
東陶ハイリビング株式会社（千葉県）
東陶マテリア株式会社（岐阜県）
東陶オプトロニクス株式会社（福島県）
株式会社パンウォシュレット（福岡県）
株式会社サンアクアトートー（福岡県）
株式会社リモデルテクノ（福岡県）
東陶メンテナンス株式会社（東京都）
東陶エンジニアリング株式会社（東京都）
東陶エムテック株式会社（東京都）
東陶近畿販売株式会社（兵庫県）
東陶南九州販売株式会社（熊本県）
仙台東陶販売株式会社（宮城県）
中山建材株式会社（香川県）
東陶北部九州販売株式会社（福岡県）
東陶アクエア株式会社（東京都）
東陶信州販売株式会社（長野県）
セラトレーディング株式会社（東京都）
東陶大阪販売株式会社（大阪府）
東陶北海道販売株式会社（北海道）
東陶不動産株式会社（東京都）
東陶ビジネッツ株式会社（福岡県）
東陶インフォム株式会社（福岡県）
東陶エキスパートアンドセールス株式会社（東京都）
ジャパンハイドロテクトコーティングス株式会社（東京都）
東陶ロジコム株式会社（福岡県）
東陶ファイナンス株式会社（福岡県）

■海外主要拠点

〈子会社等〉
TOTO U.S.A.Holdings,Inc.（アメリカ ジョージア州）
TOTO U.S.A.,Inc.（アメリカ ジョージア州）
東陶機器（中国）有限公司（中国 北京市）
北京東陶有限公司（中国 北京市）
東陶機器（北京）有限公司（中国 北京市）
南京東陶有限公司（中国 南京市）
東陶機器（大連）有限公司（中国 大連市）
東陶機器（上海）有限公司（中国 上海市）
上海東陶衛洗潔具有限公司（中国 上海市）
東陶機器（広州）有限公司（中国 広州市）
東陶華東有限公司（中国 上海市）
東陶機器（香港）有限公司（香港）
台湾東陶股份有限公司（台湾）
TOTO VIETNAM CO.,LTD.（ベトナム）
TOTO KIKI KOREA LTD.（韓国）
TOTOKIKI（MALAYSIA）SDN.BHD.（マレーシア）
SIAM MARIWASA TOTO.INC（フィリピン）
P.T.SURYA TOTO INDONESIA（インドネシア）

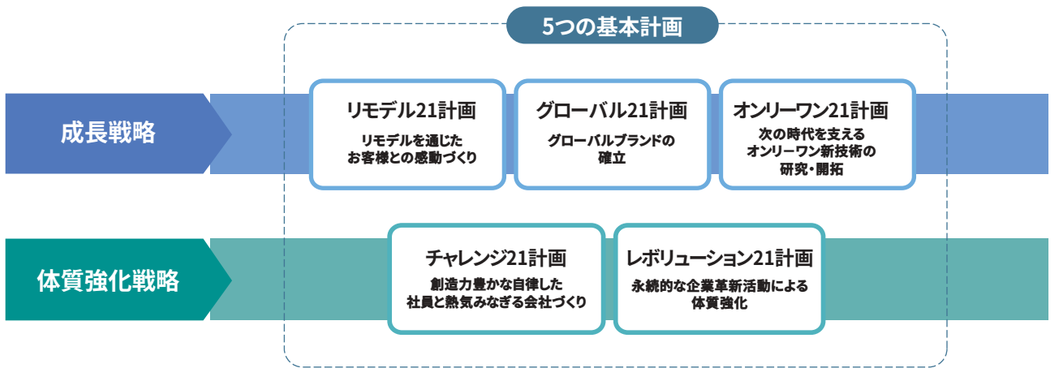
※2005年10月時点

URL 個人情報保護法への対応と事業概要の詳細はホームページへ。
http://www.toto.co.jp/company/reports/

強く、明るく、美しい会社をめざして
2004〜2006年度「中期経営計画」

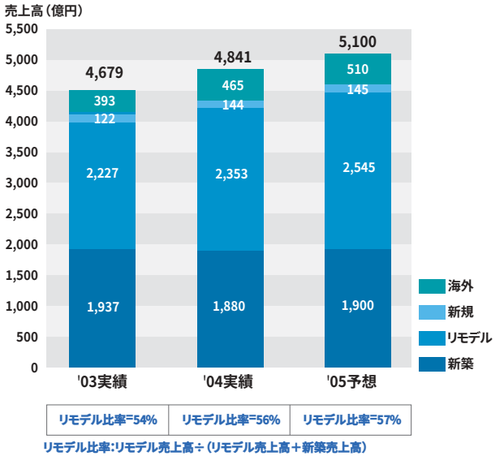
中期経営計画では、TOTOが自ら市場を創造し、その中で大きく飛躍していく「成長戦略」と、それを支える基盤づくりとしての「体質強化戦略」を基本戦略の大きな柱に位置づけ推進しています。

●2004〜2006年度中期重点目標



中期経営計画は、新築需要に大きく依存していた企業体質からの脱却を目指す中期アクションプランです。事業分野別（リモデル、新築、海外、新規の4つ）売上計画を定め、TOTOグループの総力をあげた、企業の成長実現に向けた活動と、成長を支える企業風土作りや永続的なコストダウンの実現を図る活動を展開しています。この「成長戦略」と「体質強化戦略」の下、5つの実行計画を展開し、2006年度に売上高5,300億円、経常利益400億円を目指しています。中期経営計画の初年度である2004年度は、5つの「21計画」の推進により、増収増益を達成しました。事業別にみますとリモデル事業は対前年比＋6%、新築事業－3%、海外事業＋18%、新規事業＋18%となり、海外・新規事業は大きく伸長しましたが、リモデル事業の伸長率の鈍化、新築事業分野での対応の遅れが見られました。2005年度は海外事業・新規事業の更なる拡大を目指す一方で、特に国内市場のリモデルならびに新築事業分野において地域に密着した販売体制の強化に取り組み、お客様の期待以上の生活シーン実現につながる画期的な新商品を発売する等、CS（お客様満足）の徹底により、売上高5,100億円を達成します。なお素材価格の高騰が進む中で、海外生産比率を高める等のコストダウンの実現を図り、経常利益は330億円、ROE（株主資本利益率）8.6%を実現します。

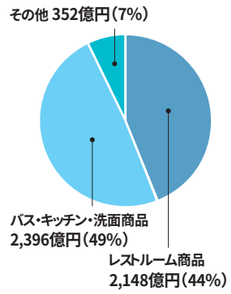
●分野別売上高計画と実績



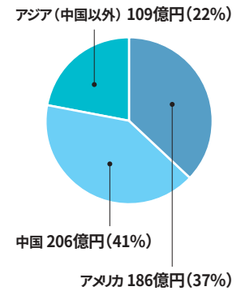
リモデル比率:リモデル売上高÷（リモデル売上高＋新築売上高）

財務データ

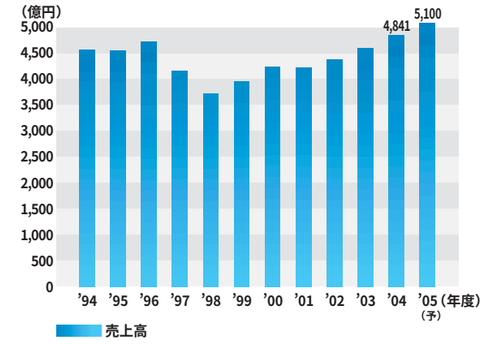
●品目別売上高構成（2004年度）



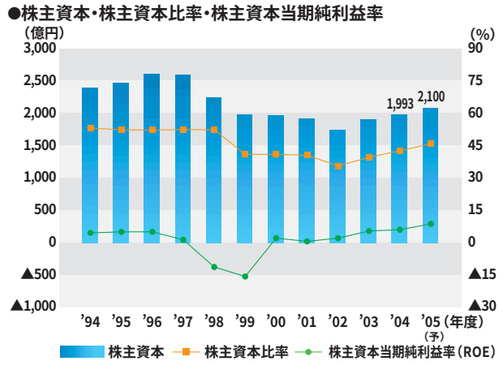
●海外売上高構成（2004年度）



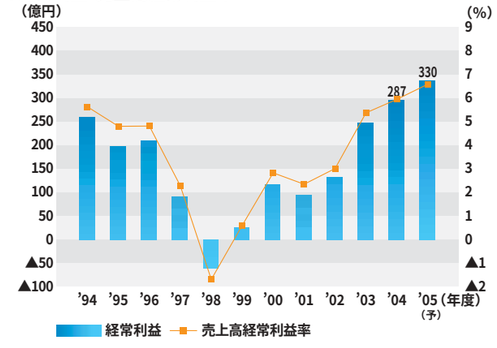
●売上高



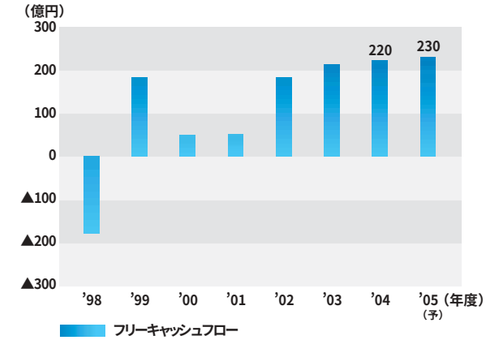
●株主資本・株主資本比率・株主資本当期純利益率



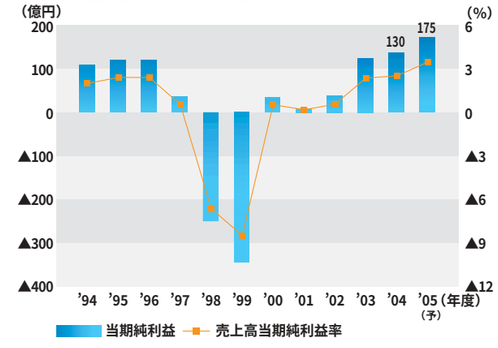
●経常利益・売上高経常利益率



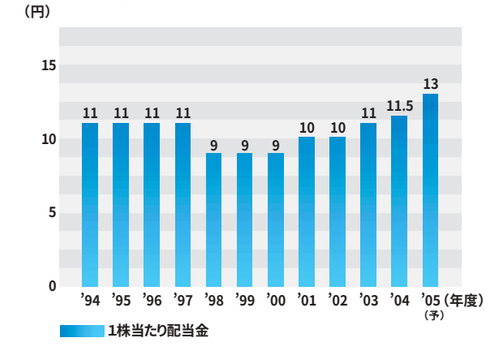
●フリーキャッシュフロー



●当期純利益・売上高当期純利益率



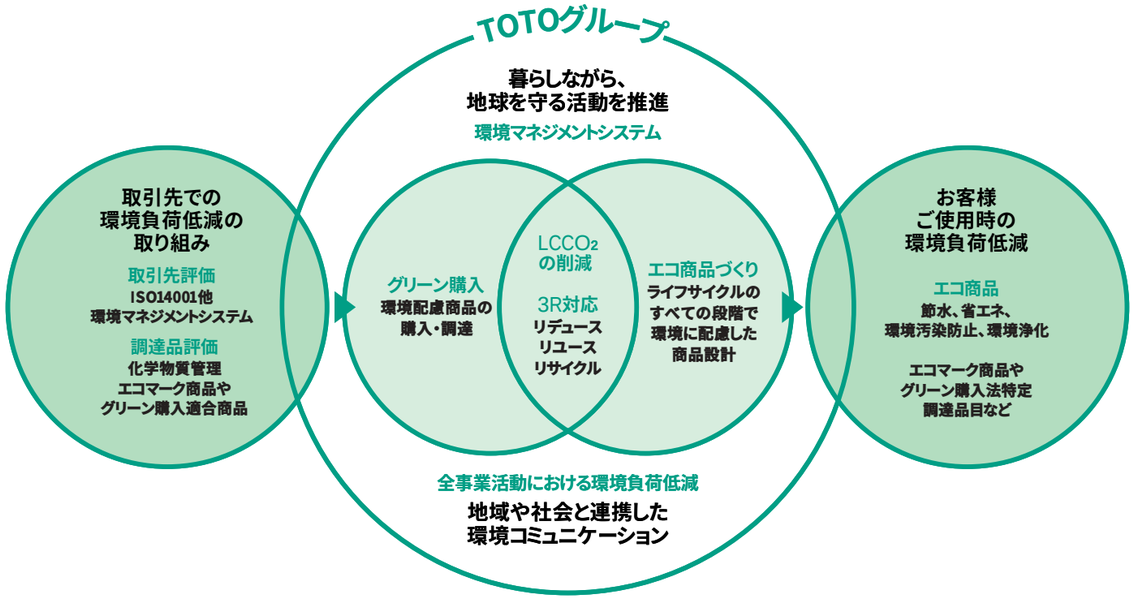
●投資指標（単独）



URL 中期経営計画と財務データの詳細はホームページへ。
http://www.toto.co.jp/company/reports/

グローバルな視野に立って、環境保全活動の取り組みを強化しています

TOTOグループ企業理念の整備にともない、地球環境方針も、グループの共有のものとなる、TOTOグループ地球環境方針として生まれ変わりました。事業活動が海外にも拡大している今日、環境保全活動をTOTOグループ全体の問題と捉え、推進していきます。



環境マネジメントシステム

TOTOではISO14001の導入を積極的に推進しています。その結果、全ての国内TOTO工場と国内製造グループ会社において、ISO14001の取得が完了しています。海外グループ会社および海外グループ関連会社における環境マネジメントシステムの導入も進めており、2004年度までに7拠点で取得済、2005年度にはさらに2拠点の取得を計画しています。またISO14001に限らず、TOTO版環境マネジメントシステムの導入など、拠点の規模に応じた柔軟なマネジメントシステムを構築します。

2004年度にISO14001を取得した海外拠点

●台湾東陶股份有限公司　2004年12月取得済

●東陶機器（上海）有限公司　2005年2月取得済

2005年度に取得予定

●南京東陶有限公司

●P.T.SURUYA TOTO INDONESIA

TOTOグループ地球環境方針
TOTOグループは、「水」に象徴される、地球資源が有効に活用、循環される「商品づくり」「企業経営」「社会システムの形成」を実現します。

● 第5次（2004～2006年度）地球環境保全行動計画実績要約（2004年度）　対象範囲：TOTO全工場及び主なグループ会社（期間：2004/4～2005/3）

区　分	項　目	2004年度目標	2004年度実績	評価（※1）	2006年度末目標
環境マネジメントシステム	海外拠点の ISO14001 認証取得	取得拠点　1拠点	取得拠点　2拠点 （台湾東陶、上海東陶）	◎	取得拠点　3拠点
商品開発	環境配慮商品の開発※2	エコ商品化率90%以上維持継続	97%	◎	エコ商品化率90%以上維持継続
グリーン購入・調達	使用禁止化学物質の不使用証明書入手	国内：90%	国内：92%	◎	国内：100%
		海外：50%以上	海外：88%	◎	海外：90%以上
エネルギー	CO_2排出量の抑制※3	総排出量　1%削減（2003年度比） TOTO全工場 1400t 製造グループ会社 340t	TOTO全工場 5100t（3.6%） 製造グループ会社 323t（1.0%）	◎ ○	総排出量　3%削減（2003年度比） TOTO全工場 4200t 製造グループ会社 1020t
	エネルギー効率利用の推進※4	原単位　1%向上（2003年度比）	TOTO全工場4.0%向上 製造グループ会社12.0%向上	◎ ◎	原単位　3%向上（2003年度比）
汚染予防	公害関連法規制の遵守	法違反件数0件/年	国内：0件 海外：2件	◎ ×	法違反件数0件/年
	PRTR指定化学物質の排出、移動量削減（対象：代替技術が確立されている物質）	届け出対象事業毎に削減対象化学物質絞り込み	削減物質の選定	◎	20%削減（2002年度比）
排出物	工場排出物の減量化	TOTO全工場6%以上減（2002年度比）	TOTO全工場2.8%減（2002年度比）	×	TOTO全工場14%以上減（2002年度比）
		製造グループ会社9%以上減（2002年度比）	製造グループ会社10%増（2002年度比）	×	製造グループ会社17%以上減（2002年度比）
物流	包装材料削減	9.2%削減（2000年度比）	9.3%削減（2000年度比）	◎	10.5%削減（2000年度比）
	輸送燃料削減	7.0%削減（2000年度比）	7.0%削減（2000年度比）	◎	9%削減（2000年度比）
使用済み製品	使用済み製品の回収処理システムの研究	計画進捗率100%	計画進捗率100%	◎	計画進捗率100%

特記事項：環境教育にeラーニングシステムを導入

（※1）評価　◎…目標に対し十分達成（達成率100%以上）　○…目標に対し達成（達成率95～100%未満）　△…目標に対しやや未達成（達成率70～95%未満）　×…目標に対し未達成（達成率70%以下未満）

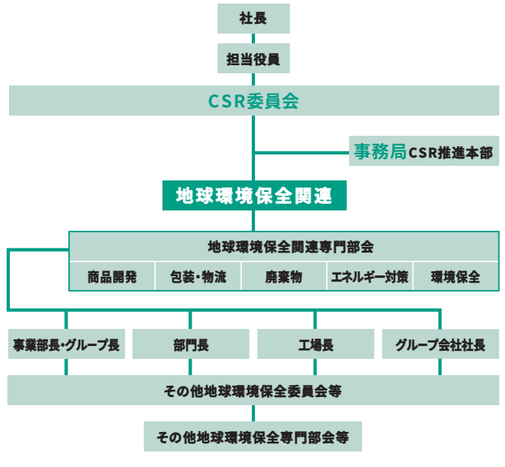
（※2）$\frac{\text{対象年度発売の新TOTOエコ商品の売上見込み}}{\text{対象年度発売の全ての新商品の売上見込み（売上見込みは発売3年度目の見込み値を用いる）}} \times 100$

（※3）CO_2排出削減量は04年度中に実施した対策による削減効果（年間換算）の数値。CO_2排出量は環境省の排出量算定ガイドライン（案）により算出。

（※4）エネルギー原単位：$\frac{\text{エネルギー使用量（原油換算：}kl\text{）}}{\text{生産量（t）（各工場の原単位指標を生産重量に換算）}}$

環境保全活動の海外への展開

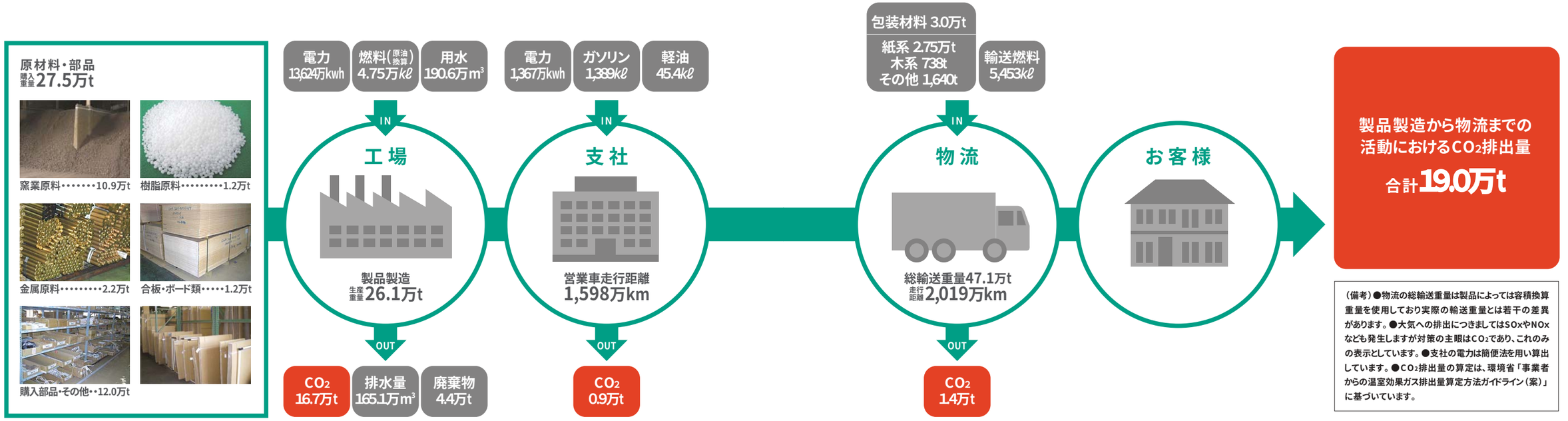
これまで、環境負荷の大きい国内の生産拠点を主として環境保全活動を推進してきました。近年、海外の生産拠点の増加、生産量の増加が進んでおり、地球規模での環境保全活動がTOTOグループとしての責務であると痛感し、海外グループ会社への展開を推進しています。具体的には、生産拠点での環境マネジメントシステムの導入、化学物質管理、グリーン購入の推進、地球温暖化防止のための二酸化炭素排出量の削減、公害防止、廃棄物削減等の活動を考えており、現地の法律等を遵守しつつ、地球規模での持続可能な社会形成を目指すために、まずは、現状を把握するための調査を進めています。



URL TOTOグループ地球環境方針、第5次地球環境保全計画と環境マネジメントシステムの詳細はホームページへ。
http://www.toto.co.jp/company/reports/

2004年度の環境負荷の全体概要と環境保全活動ハイライト

事業活動全体を通じての「環境への負荷」を把握して、効率的な環境保全活動に努めます。
（報告対象範囲：TOTO全工場、支社及び国内製造グループ会社）



（備考）●物流の総輸送重量は製品によっては容積換算重量を使用しており実際の輸送重量とは若干の差異があります。●大気への排出につきましてはSOxやNOxなども発生しますが対策の主眼はCO_2であり、これのみの表示としています。●支社の電力は簡便法を用い算出しています。●CO_2排出量の算定は、環境省「事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン（案）」に基づいています。

中津第二工場の省エネ活動が「省エネルギーセンター会長賞」受賞

中津第二工場は、超精密セラミック部品を生産しているため、1年を通じて空調管理が必要です。その空調のエネルギー供給源にコージェネレーション設備の廃熱を利用することで、大幅なコストダウンと省エネに成功しました。また、日々のエネルギー使用量を各使用部門が一目で把握し管理できるように“ 見える管理 ”の仕組みを構築。工場全体が一丸となって省エネ活動に取り組み、大きな成果が得られました。この取り組みが認められ「平成16年度省エネルギー優秀事例全国大会」で優秀事例と認められ、受賞しました。

全商品を対象にRoHS指令※の有害化学物質を2005年12月より順次削減します

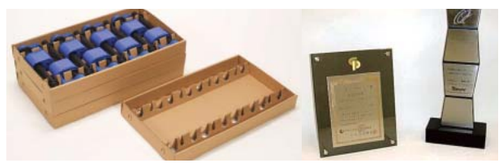
TOTOではRoHS指令の使用禁止化学物質である鉛、カドミウム、水銀、六価クロム、ポリ臭化ビフェニール類（PBB）、ポリ臭化ジフェニルエーテル類（PBDB）を2005年12月の生産品より順次削減します。現在、製品の含有状況調査を行い、適用除外を含む削減に向けた対応を進めています。また、含有調査に必要な分析装置を本社と茅ヶ崎工場に整備し、自社での調査も行える体制を整えました。鉛フリーハンダについても、代替技術を確立し、2005年3月までに海外を含む自社生産拠点で切り替え準備が完了し現在切り替えを進めています。

※RoHS指令：電気・電子機器の製品を対象に、鉛他6物質群についてEUが実施する有害物質規制。

エネルギー分散型蛍光X線分析装置

ロータンク便器用部品の包装箱が「アジアスター2004コンテスト」「日本パッケージングコンテスト2004」で受賞

受賞したのは、事業所間輸送（中国→米国）に使用している包装箱で、仕切り付きの箱を1枚の段ボールシートから組み立てることができ、少ない材料で包装が可能です。また、仕切りの形状を変更することで多種多様の包装物に対応でき、積み重ね保管が可能、などの特長があります。この作品で「日本パッケージングコンテスト」では5年連続の入賞になりました。


「日本パッケージングコンテスト」グッドパッケージ賞（包装技術賞）、「アジアスター2004コンテスト」アジアスター賞を受賞した包装箱

業務用車両の環境負荷軽減対応

TOTOグループが使用する業務用車両の環境負荷を低減させるために次のような対策を行っています。

● 環境負荷の低い車種への切り替え

項　目	2008年度目標	2004年度実績
エコカー（ハイブリット車等）の導入	累計100台	目標10台→10台
軽自動車への切り替え	22.0%	目標6.1%→11.1%
グリーン購入適合車への切り替え	毎年100%	

（適合車が無い一部の商用車以外、切り替え時にはすべて適合車に変更する）

● 保有車両のCO_2排出量を削減する活動の推進

2005年度中の展開を目標に、現在、車両管理システム構築準備中。

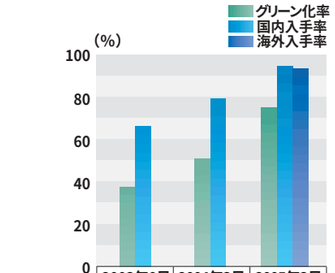
URL 環境負荷と環境会計の詳細はホームページへ。
http://www.toto.co.jp/company/reports/

地球環境保全活動データ集

継続的な環境保全活動と適切な情報公開に努めます。

グリーン調達推進状況

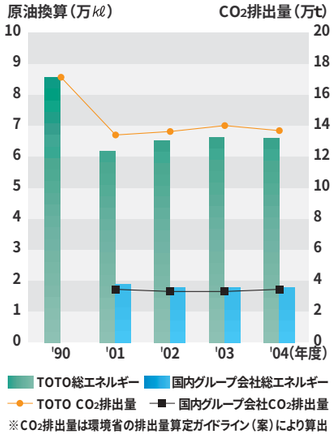
全取引先様に対するグリーン調達基準を満たすAランクの取引先様の割合をグリーン化率また、海外の取引先様を含めて、ご提出いただいた使用禁止化学物質の不使用証明書を入手率として、グリーン調達の推進状況を把握しています。



		2003年9月	2004年3月	2005年3月
グリーン化率		38%	51%	76%
入手率	国内	67%	79%	93%
	海外	ー	ー	92%

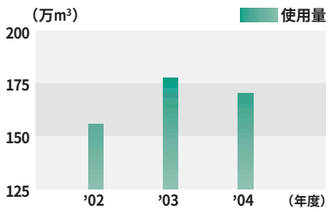
エネルギー使用量及び CO_2 排出量の推移

エネルギー使用量及びCO_2排出量は1990年度比約77%程度で近年推移しており、今後は燃料転換によるCO_2排出量削減効果が見込まれます。



※CO_2排出量は環境省の排出量算定ガイドライン(案)により算出

水使用量



PCB廃棄物保管状況(2005年3月現在)

保管場所	コンデンサー	安定器	計
TOTO全工場(九州地区)	407(349)	207(202)	614(551)
製造グループ会社(九州地区)	8(2)	0(0)	8(2)
計	415(351)	207(202)	622(553)

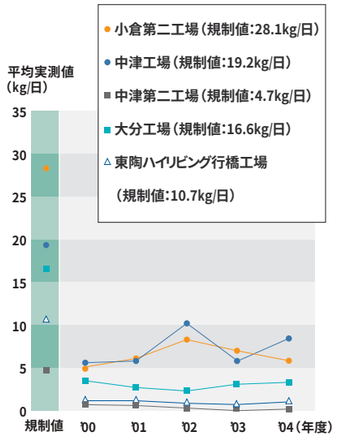
公害関連法規制などの遵守

環境マネジメントシステムの推進により、汚染の未然防止に努め、法規制遵守はもとより自主管理基準値を定めて、環境負荷の低減と汚染の未然防止に努めています。
海外で法違反件数が2件、国内で苦情が1件発生しました。
1.東陶南京で騒音、東陶大連でCODが基準値をオーバーしたが、対策は実施済み。
2.茅ヶ崎工場の西側住民より、騒音に対する苦情が発生したが、騒音源の位置を変更し了解を得ました。

管理項目	目標	実績
公害関連法規制等の遵守	法違反件数 0件	国内 0件 海外 2件
公害事故及び苦情の発生件数	事故発生件数 0件	0件
	苦情発生件数 0件	1件

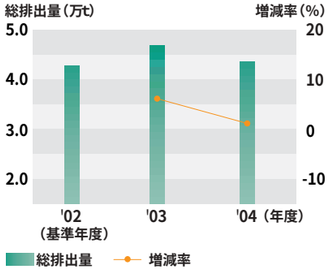
COD(化学的酸素要求量)総量規制の実績

瀬戸内海に位置する次の工場はCOD総量規制の適用を受けています。排水濃度規制は自主管理基準を満たしており、CODの汚濁負荷量は規制値以下を継続しています。



工場排出物の減量化(TOTOグループ)

2003年度より「廃棄物専門部会・事業部門」協同して減量化の活動を開始し、全体の80%を占めている4品目(ガラス屑及び陶磁器・汚泥・木屑・廃プラスチック)を重点的に活動を展開中です。



TOTOのゼロエミッション定義

定義(1994年国連大学が提唱した思想に基づいています。)

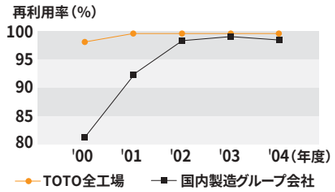
- 工場から排出する一般廃棄物、産業廃棄物の埋め立て(単純焼却を含む)を限りなくゼロに近づける。
- 限りなくゼロの数値目標は、再利用率を99%以上とする。

ゼロエミッション達成年表

1999年12月	滋賀・滋賀第二、小倉第三(現バンウォシュレット 小倉)
2002年3月	小倉第一、小倉第二、茅ヶ崎、東陶エンプラ、サンアクアトートー
2002年5月	中津、中津第二、大分
2002年12月	愛知東陶、東陶ハイリビング(行橋)東陶オプトロニクス
2003年1月	東陶バスクリエイト
2003年4月	東陶ハイリビング(茂原)
2004年1月	東陶プラテック(豊前・勝浦・奈良)
2005年3月	東陶マテリア(御嵩)パンウォシュレット(茨城・土岐)

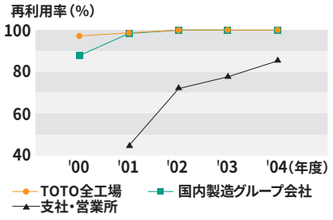
工場排出物の再利用率の推移

TOTO工場及び国内製造グループ会社(21拠点)ともに2004年度の目標(99%以上)を達成しました。今後の課題としては、サーマルリサイクル(熱利用)からマテリアルリサイクル(再資源化)への推進中です。(廃プラスチックの分別徹底による再資源化を推進)



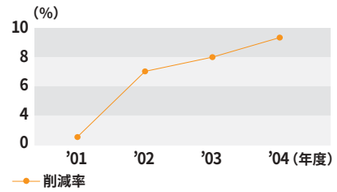
古紙分別回収による再利用率

TOTO工場及び製造グループ会社ともに100%達成しました。今後も、再利用率100%達成の維持管理に努めます。また、支社・営業所の古紙再利用推進につきましては、2001年7月より活動を開始し、ビル管理会社・ビル清掃会社への働き掛けにより、2004年度は、約86%まで再利用化されました。



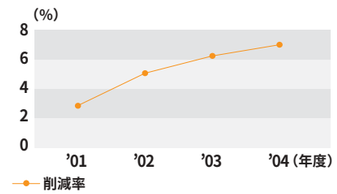
包装材料の削減

建築現場における廃棄物の削減を目的として、包装材料の削減に取り組んでいます。「3R」を基本原則に独自の包装設計ガイドラインを策定し、積極的に推進しています。2004年度は2000年度比で9.3%削減することができました。(2003年度に比べて503t/年削減)



輸送燃料の削減

輸送時のCO_2排出量の削減を目的として、輸送燃料の削減に取り組んでいます。CO_2排出量が少ない鉄道や海運を利用した輸送や、販売代理店様・輸送業者様と連携した輸送の効率化などを推進しています。2004年度は2000年度比で7.0%削減することができました。(2003年度に比べて27kℓ/年削減)



土壌汚染対策法への対応について

土壌が有害物質に汚染されると、その土壌を直接摂取したり、汚染された土壌から有害物質が溶け出し地下水が汚染されるなど、人の健康に被害をおよぼす可能性があります。TOTOでは「土壌汚染対策法」の主旨を尊重し、自主的に土壌調査を実施中です。2005年4月時点での状況をご報告します。滋賀工場で、土地の一部から、環境基準値前後のトリクロロエチレンが検出され、社外への影響を確認するため、工場敷地境界における地下水調査を実施しましたが、問題ないことがわかりました。調査の途中で滋賀県へ報告し、県による近隣井戸水の調査も実施されましたが、結果は「不検出」で3月調査終了となりました。また、茅ヶ崎工場では、土壌・地下水からトリクロロエチレンが環境基準を超えて検出され、2005年4月茅ヶ崎市へ報告するとともに、ホームページに公表いたしました。住民の方々の安全確保のため、社外への地下水の流出を防ぐためのバリア井戸設置と、汚染源浄化をすみやかに実施します。最新情報はホームページを参照願います。今後も、自主計画に沿って土壌調査を行い、必要に応じて対策を講じていきます。

URL グリーン調達・汚染予防・包装物流と土壌汚染対策法への対応の詳細はホームページへ。
http://www.toto.co.jp/company/reports/

地球環境保全活動トピックス

NAS電池による電力負荷平準化（大分工場）

大分工場では2005年4月、九州の民間企業で初のNAS電池（電力貯蔵用蓄電池システム：500kW）を設置しました。この設備は、夜間の低負荷時に電力を貯蔵し、電力使用量が増える昼の時間帯に放電することによって、“電力負荷の平準化”が図られるようになります。これにより最大電力が13.8%抑えられます。

燃料転換によるCO_2の削減（小倉第一工場・滋賀工場）

衛生陶器の焼成に使われているトンネル窯にはこれまで軽油を使用していましたが、小倉第一工場と滋賀工場は環境負荷の低い天然ガスへの転換を2005年1月に完了しました。これにより、滋賀工場では石油系燃料全廃工場となりました。小倉第一工場で年間2,539トン、滋賀工場で1,658トンのCO_2削減が見込まれています。

京都議定書に関する取り組み

京都議定書は、1997年12月のCOP3（地球温暖化防止京都会議）で採択され2005年2月16日に発効しました。対象となる温室効果ガスは、二酸化炭素、メタン、一酸化二窒素、代替フロン等3ガスの6種類で、日本は、2008年～2012年における温室効果ガスの排出量を1990年比6%削減する達成義務が発生しています。

日本の温室効果ガス排出量の約9割が、エネルギー起源二酸化炭素です。国内排出削減、森林等吸収、京都メカニズムといった全体計画の中で、エネルギー起源二酸化炭素に関する目標は、1990年度比＋0.6%となっています。

エネルギー起源二酸化炭素の削減を進めるためには、

1. 二酸化炭素排出量の少ない燃料への転換
2. エネルギー使用量の削減
3. エネルギー使用効率の向上

といった対策を進める必要があり、TOTOグループは以下の取り組みを行っています。

◆事業活動の中での対策について

CO_2削減目標を「2010年度に1990年度比20%削減」として、活動を進めます。

1.についての取り組み：

燃料の天然ガスへの転換・業務用車輌のエコカーへの転換・太陽光など再生可能エネルギー利用の検討。

2.についての取り組み：

省エネ活動・物流部門における、モーダルシフトや効率的な配送による輸送距離の短縮化。

3.についての取り組み：

コージェネレーション及び高効率機器の導入。

◆商品を通した間接的なCO_2削減活動として

お客様が生活される中でのCO_2削減をねらいに、節水商品や省エネ商品の開発をさらに強化推進します。

発行によせて

株式会社 創コンサルティング
代表取締役 **海野 みづえ**

TOTOでは、昨年度をCSR元年として創業時のミッションを再確認して理念を体系化したことで、グループ全体で進むべきベクトルが明確になったことが理解できます。そしてこの理念を実践するために事業活動のビジョンにつなげ、一貫して展開していく道筋が見えてきます。さらに、毎日社員が企業理念を唱和しているということを伺い、理念を文面に終わらせることなくDNAに染み付かせることで、これから成果を出してくることを感じています。全社の各部門に、それぞれの関連事業のなかでCSRを意識した基盤ができつつあることが大きな進歩といえます。

このように、社会活動についての体制も整備され、基本的な認識が広がりつつある2004年でしたが、今後のさらなる展開に向けて、下記の点に留意して取り組んでいただきたいと考えます。

・開発プロセスにおける社会への配慮

TOTOでは商品開発における社会への配慮として、ユニバーサルデザインとエコロジー商品に焦点をあてており、これは事業にCSRを統合した戦略的展開といえるでしょう。これに加え、商品を提供していくだけでなくそのプロセスを社会と共有していくことも重要なところです。たとえば、ユニバーサルデザインについては、お客様の視点を超えて、地域や社会レベルでの全体的な課題としてとらえ、活動していく状況が報告されているとよりわかりやすかったと思います。このほかにも、現在TOTOが行っている社会貢献活動を、社会の課題を事業との関連性で解決する戦略的社会貢献活動として展開していくことも必要と思います。

・海外での展開をさらに充実

今回から海外の活動も盛り込まれていますが、まだ不十分なところが多くみられます。グローバルなCSRでの最重要課題は、消費者満足の充足よりも従業員そしてサプライヤーにまでおよぶ労務、安全分野です。今回の報告で海外の取引先への対応の必要性をあげていることは一歩前進ですが、このトピックの対応充実をこれからさらに求めたいところです。海外のサプライヤー管理まで目を向け、世界レベルでCSRを実行していくことが、グローバルブランド確立の必須要件になっているのです。

・パフォーマンスをどのように捉え、把握、報告していくか

社会面での活動がかなり報告されてきました。しかしながら、戦略的にどのように展開しどう管理していくかがまだよくわかりません。たとえば、女性の活性化については、参加した女性社員が新たな発見をし積極的な意欲がわいたことが伝わってきますが、これだけでは不十分です。TOTOという企業全体で戦略上経営にどうプラスに跳ね返るのかを示し、そこに向かっての進捗が管理できるパフォーマンス把握が必要であると考えます。

以上、改善の方向をご意見させていただきましたが、社長が率先してCSRを推進していることが、非常に評価されますので、今後の成果に期待いたしております。

海野みづえ 環境・CSR分野についての経営のあり方について、統合的なコンサルティングを行っている。
企業の価値観こそがCSRの根幹であり企業価値を高める、という基本姿勢のもとに、独自の分析眼でCSRマネジメントの推進を展開中。